

**Marché à procédure adaptée**

**Cahier des charges et clauses techniques particulières**

**Rénovation de l'identité visuelle de l'ENGEES et conception graphique**

**Lot 1 : études et rénovation de l'identité visuelle de l'ENGEES**

**Lot 2 : Conception graphique des documents promotionnels de l'ENGEES**

vendredi 2 octobre 2020

## Sommaire

<b>1.</b>	<b>Présentation de l'ENGEES</b> .....	3
<b>2.</b>	<b>Contexte du marché :</b> .....	3
<b>3.</b>	<b>Premières pistes pour la nouvelle identité visuelle :</b> .....	5
<b>4.</b>	<b>Objectifs du marché :</b> .....	5
<b>5.</b>	<b>Nom, adresse et contact du pouvoir adjudicateur :</b> .....	5
<b>6.</b>	<b>Objet et disposition du marché :</b> .....	6
6.1.	Généralités : .....	6
6.2.	Nature des lots : .....	6
6.3.	Type de procédure et de marché : .....	6
6.4.	Variantes.....	6
6.5.	Cotraitance et sous-traitance .....	6
6.6.	Pièces constitutives du marché .....	6
6.8.	Commandes : .....	7
6.9.	Date de parution de l'offre .....	7
6.10.	Délai d'exécution : .....	7
6.11.	Durée du marché : .....	7
6.12.	Paiement : .....	7
6.13.	Justificatifs de paiement : .....	7
6.14.	Critères de jugement des offres .....	8
6.15.	Annulation de la procédure de marché .....	8
6.16.	Calendrier prévisionnel (à réviser avec le titulaire).....	8
6.17.	Contact opérationnel.....	8
6.18.	Modalité de dépôt des offres : .....	8
6.19.	Date limite de réception des offres.....	9
6.20.	Délai de validité des offres .....	9
6.21.	Modalité de révision des prix : .....	9
6.22.	Ajustement forfaitaire et attribution du marché .....	9
6.23.	Pénalité de retard.....	9
<b>7.</b>	<b>Détail des prestations</b> .....	9
<b>7.1</b>	<b>Caractéristique du Lot 1, et obligations du titulaire :</b> .....	9
<b>7.2</b>	<b>Liste des besoins estimés pour le lot 2 (non contractuel) .....</b>	10
<b>7.3</b>	<b>Caractéristiques du Lot 2 :</b> .....	12

## 1. Présentation de l'ENGEES

L'ENGEES est un établissement d'enseignement supérieur et de recherche, de statut établissement public administratif, sous tutelle du Ministère de l'Agriculture. L'école est également associée à l'Université de Strasbourg.

L'ENGEES forme depuis 60 ans les ingénieures et acteurs de l'eau, des déchets et de l'aménagement durable des territoires. Face aux changements globaux, imaginer des solutions innovantes et durables pour l'Homme et la Nature en vue de préserver l'environnement et les ressources naturelles est un challenge à relever.

La philosophie de l'ENGEES s'appuie à la fois sur la maîtrise des approches scientifiques les plus récentes et des technologies émergentes, mais aussi sur la compréhension des enjeux et des transformations sociétales et environnementales en cours. Pour que chacune soit directement opérationnelle et préparée à relever les défis de demain de ces domaines d'avenir.

L'école est avant tout portée par sa formation initiale d'ingénieurs, sous statut étudiant, élève-fonctionnaire ou par la voie de l'apprentissage, et propose également une licence professionnelle et des Masters co-accrédités avec l'université de Strasbourg, des MS (Mastères Spécialisés), des sessions courtes de formation continue et ainsi que la VAE.

L'activité de recherche de l'ENGEES est déployée au sein de 4 unités mixtes de recherche.

### Chiffres clés :

- près de 60 ans d'existence
- 400 étudiantes (hors masters et formations professionnelles courtes)
- 4000 alumni
- 31 chercheurs et enseignants-chercheurs
- 69 personnel administratif, technique et d'encadrement
- 4 unités mixtes de recherche

### Concernant la formation d'ingénieures

- 110 élèves-ingénieures par promotion
- 30% pourcentage d'apprentis par promotion
- 30% issues de BTS, DUT, Licence (via les admissions sur titre) / 70% issues de CGPE
- 50% filles - 50% garçons (env.)
- 14 doubles-diplômes dont 5 à l'international

## 2. Contexte du marché :

La **notoriété** de l'école est forte auprès des professionnels du secteur de l'eau, et beaucoup sur le secteur hydraulique, thématique historique de l'école. Elle est moins reconnue sur ses autres domaines d'activité : protection des milieux et de la ressource, déchets, écologie...

Sa notoriété est plus faible auprès de sa cible principale, les potentiels candidats étudiants (l'école recrute à bac+2). Les raisons sont multifactoriels : modalités de recrutement et profils, thématiques abordées restreintes comparées à une école généraliste, bien qu'extrêmement porteuses et dans les préoccupations très actuelles, la taille humaine de l'école qui en fait à la fois sa force et sa faiblesse ainsi que l'investissement réduit de la communication auprès de cette cible.

Au niveau international, la stratégie de l'école a pour objectif d'étendre encore sa renommée au-delà de nos frontières.

La **communication** de l'école, précédemment sobre et modeste à l'image de l'école, tend désormais à faire valoir l'identité, les points forts et atout de l'école : l'ENGEES est la seule école à aborder un spectre thématique aussi varié dans les domaines de l'eau et de l'environnement, offrant une vision transversale ; elle bénéficie d'une véritable reconnaissance des professionnelles du secteur de l'eau pour son expertise, la taille de l'école lui permet une grande agilité et d'être aux plus proche de ses publics offrant des services hautement qualitatifs.

La **charte graphique** de l'école comporte peu d'éléments structurants, en dehors du logo, de la vague dont l'utilisation est contraignante et des couleurs dominantes. Le logo initial de l'école date de son nouveau nom « ENGEES » en 1992. Il a déjà fait l'objet d'une rénovation en 2009, mais la signification initiale du logo a été perdue. L'identité visuelle de l'école ne répond plus complètement à son identité actuelle et à ses perspectives. Si la formation à haut niveau et l'expertises apportées sur la thématique de l'ingénierie de l'eau reste le socle identitaire de l'école, l'étendue de la thématique abordée, doublée d'une vision très transversale, mais surtout la thématique « environnement », sont peu identifiables en dehors du nom de l'école. Cette dernière est pourtant au cœur de l'école : la création du Mastère Spécialisé dans le secteur des déchets, la démarche développement durable forte et exemplaire de l'école, les thématiques environnementales déployées dans l'ensemble des formations et dont la gestion de l'eau fait partie ; l'option « écologie », déployée en 2020... Les métiers des diplômés ingénieurs sont également le reflet de cette orientation « environnement », avec plus de la moitié qui travaille dans un autre secteur thématique que celui de l'eau potable, de l'assainissement ou du traitement. Autant d'exemples démontrant la forte part de cette thématique « environnement » et son renforcement au sein de l'école.

L'identité même de l'école ne s'appuie pas encore sur des éléments partagés. L'école est présentée par sa communauté aussi bien comme une école de l'eau, école d'hydraulique ou encore école de l'eau et de son environnement. Un simili slogan est apparu également dans les années 2000 : « la passion de l'eau » adjoint à l'école, sans consigne, abandonné petit à petit. En arrivant, les élèves ne sont pas forcément « passionnés ».

Le slogan initial était « faire de la passion de l'eau un métier ». Un autre slogan plus en amont encore était : « école de l'eau, école de vie »

Les **valeurs de l'école**, développement durable, qualité, solidarité, savoir-faire, ont été définies avec l'ensemble de la communauté en 2015 mais sont perçues par la direction comme faibles et insuffisamment différenciant. L'interne n'a pas été re-sondé depuis pour savoir si ces valeurs correspondaient toujours.

Le prestataire aura donc un travail d'études et d'analyse, et de construction aux côtés de la communauté pour consolider les éléments identitaires de l'école et de ses valeurs, pour s'assurer de leurs cohérences interne et effectuera des propositions d'amélioration si besoin.

De par sa taille, l'école construit et entretien des réseaux partenariaux forts au niveau académique, institutionnel et sociaux économiques, à la fois source d'enrichissement, opportunité de visibilité mais également source de confusion ou d'effacement.

L'ENGEES va déménager à la Manufacture des tabacs en 2021, et partagera ses locaux neufs et modernes avec une autre école d'ingénieurs : l'EOST. S'il s'agit d'une belle opportunité de modernisation, d'accroissement et de rapprochement avec ses laboratoires, mais également de collaboration, le risque que l'ENGEES soit identifiée comme une école interne à l'université, erreur déjà présente actuellement, se renforce encore.

Il est également demandé à l'ENGEES d'appliquer la nouvelle charte de l'Etat sur l'ensemble de ses supports, en tant qu'opérateur de service. Charte qui fait également perdre de la visibilité à l'identité propre de l'établissement. Néanmoins, les symboles de cette tutelle et de nos partenaires sont également gages de confiance et rayonnement pour un public externe.

Il s'agira, au travers de la prochaine identité graphique, de faire transparaître notre modernité et aider l'école à trouver l'équilibre visuelle permettant de s'appuyer sur ces ressources de visibilité tout en aidant l'école à préserver son identité propre.

La modernisation de la charte est d'autant plus importante que la cible principale est la jeune génération Z qui doit s'y retrouver.

Le dernier élément accompagnant le souhait de rénovation de l'identité graphique de l'école est l'anniversaire des 60 ans de l'ENGEES qui sera célébré en 2022/2023.

### **3. Premières pistes pour la nouvelle identité visuelle :**

Les grandes lignes identitaires du logo actuel doivent être maintenues. Il s'agit d'une rénovation liée au contexte évoqué plus haut et non d'un changement complet. Le nom de l'école reste l'ENGEES.

La phase d'étude servira au prestataire à conforter ces premiers éléments : conservation de la couleur majoritaire « bleue », conservation d'un élément vague et/ou cercle. La phase d'études et d'analyse servira également au prestataire à préciser jusqu'à quel niveau cette conservation doit être effectuée, en lien avec l'équipe projet interne.

Des propositions seront faites par le prestataire sur les points suivant :

- maintien ou non du déroulé dénomiatif complet de l'école ENGEES et dans quel cadre d'utilisation,
- Une version en anglais sera proposée, en proposant éventuellement une nouvelle traduction plus compréhensible par notre cible anglophone.

L'identité visuelle complète sera imaginée avec : adjonction d'un slogan (au sein du logo ou sous une autre forme d'identité visuelle), cadre d'éléments structurants la visibilité de l'école.

### **4. Objectifs du marché :**

#### **Lot 1 : études et rénovation de l'identité visuelle de l'ENGEES**

**Phase 1 : Conforter et consolider les éléments identitaires de l'école** avec les équipes internes au travers de sondages, réunion d'échanges etc. (Diagnostic et scénarii de développement, enquête, stratégie, proposition impactant l'identité visuelle)

**Phase 2 : Concevoir une nouvelle identité visuelle à l'ENGEES : Rénover le logo et la charte graphique** actuelle afin de correspondre à l'identité actuelle de l'école et sa stratégie. Les éléments transmis devront pouvoir s'appliquer à l'ensemble des outils de communication de l'école, aussi bien digital que print, et être utilisable par l'ensemble de la communauté. Des éléments d'identification forte, de type slogans, devront être proposés.

#### **Lot 2 : Conception graphique des documents promotionnels de l'ENGEES**

**Phase 3 : Décliner l'identité visuelle dans les outils de communication courant** ainsi que les nouveaux documents de communication qui seront développés. Le temps du déploiement de la nouvelle charte, la réalisation des supports se poursuivra. Il sera demandé au prestataire de proposer des supports appliquant la charte graphique actuelle.

### **5. Nom, adresse et contact du pouvoir adjudicateur :**

Ecole Nationale du Génie de l'Eau et de l'Environnement de Strasbourg (ENGEES)  
1 quai Koch

67000 STRASBOURG  
Tel : 03 88 24 82 82  
Fax : 03 88 37 04 97  
<http://engees.unistra.fr/>

L'organisme acheteur est représenté par le pouvoir adjudicateur de l'ENGEES en la personne de :  
Jean-François QUERE, directeur de l'ENGEES

## **6. Objet et disposition du marché :**

### **6.1. Généralités :**

Les prestations sont réparties en deux lots distincts, précisés ci-après. Les candidats devront présenter impérativement une offre pour l'ensemble des lots.

### **6.2. Nature des lots :**

Lot 1 : études et rénovation de l'identité visuelle de l'ENGEES.

Lot 2 : Conception graphique des documents promotionnels de l'ENGEES

### **6.3. Type de procédure et de marché :**

Procédure adaptée

Lot 1 : marché forfaitaire

Lot 2 : marché à bon de commande

### **6.4. Variantes**

Non autorisées

### **6.5. Cotraitance et sous-traitance**

Les cotraitant ou sous-traitant ne sont pas autorisés pour les phases 1 et 2. Pour le lot 2, les sous-traitants seront précisés dans le devis et leur CV sera adjoint à la proposition.

### **6.6. Pièces constitutives du marché**

Le marché est constitué par les documents contractuels ci-dessous énumérés

- le présent document valant cahier des clauses particulières et cahier des charges, dont l'unique exemplaire original conservé par le pouvoir adjudicateur fait foi.
- les bordereaux des prix et des délais, ci-annexé, dûment complétés.
- le cahier des clauses administratives générales fournitures courantes et services.
- l'ensemble des textes législatifs et réglementaires s'appliquant dans le cadre du présent marché.
- Les bons de commandes

### **6.7. Remise des offres**

- le présent document valant cahier des charges et cahiers des clauses particulières, daté et signé.
- Les renseignements concernant la situation juridique de l'entreprise tels que prévus à l'article 44 du Code des marchés publics (ou DC1)
- Les renseignements concernant la capacité économique et financière de l'entreprise tels que prévus à l'article 45 du Code des marchés publics (ou DC2)
- les bordereaux des prix et des délais ci-annexé dûment complété et signé.
- nombre et profils des acteurs du projet qui interviendra dans les lots 1 et 2, et capacité technique.
- des éléments spécifiques :

Lot 1 : Pour la phase 1 et 2:

- dossiers de références sous la forme d'un book ou portfolio présentant une sélection des différentes prestations similaires à celles demandées dans le cadre de ce lot. Tous les documents papiers ou numériques susceptibles d'étayer le jugement sur la capacité des candidats significatives de réalisations similaires. Ainsi, sera joint si possible un exemple détaillé de développement graphique comparable à la prestation souhaitée.
- Une note méthodologique d'une page minimum, démontrant une bonne compréhension de la demande, et précisant la façon dont il envisage de traiter l'analyse puis la mise en cohérence graphique. La proposition méthodologique sera faite en correspondance au budget proposé.
- Un détail budgétaire pour le lot 1, correspondant au prix forfaitaire proposé dans le bordereau annexé et comprenant les éléments cités dans cette même annexe.

L'ENGEES garantit la confidentialité des échantillons et références présentés.

Lot 2 :

- des exemples/échantillons de prestations effectuées semblables au marché et une liste de référence
- un devis détaillé pour la ligne grisée de l'annexe (magazine fil de l'eau)

#### **6.8. Commandes :**

Les commandes seront faites au moyen de bons de commande sur la base d'un devis émis par le titulaire envoyé par mail. Toute prestation effectuée sans bon de commande restera à la charge du titulaire. Les bons de commande seront notifiés par le pouvoir adjudicateur au fur et à mesure de ses besoins.

#### **6.9. Date de parution de l'offre**

2 octobre 2020

#### **6.10. Délai d'exécution :**

Lot 1 : Le titulaire s'engage à l'exécution de la phase 1 et 2 avant le 30 mars 2021.

Lot 2 : Le titulaire s'engage à l'exécution du lot 2 dans les délais qu'il mentionnera dans l'annexe 1 à compter du jour de la réception des documents nécessaires à son exécution (textes et photos).

#### **6.11. Durée du marché :**

Lot 1 : le marché s'exécute à compter de la notification et le lot doit être exécuté au maximum le 30 mars 2021 et aboutira à la clôture du marché. Le marché pourra être clôturé avant, à date de livraison de l'ensemble de pièces demandées.

Lot 2 : le marché s'exécute à compter de la notification. Le marché est reconductible pour 2 fois pour une période de 1 an (la durée totale n'excédera pas 3 ans). Cette reconduction sera tacite sauf avis de dénonciation expresse qui sera envoyée au titulaire 1 mois avant la fin du marché.

#### **6.12. Paiement :**

Le paiement s'effectuera par mandat administratif suivant les règles de la comptabilité publique. Le paiement s'effectuera sur présentation d'une facture établie sous réserve des justificatifs cités ci-après.

#### **6.13. Justificatifs de paiement :**

**Lot 1 :** livraison des pièces du marché

**Lot 2 :** Bon à Tirer (BAT) signifié par le demandeur

#### **6.14. Critères de jugement des offres**

Les offres transmises seront analysées sur la base des critères suivants :

<b>Critère lot 1 et 2</b>	<b>Poids dans la note finale</b>
Prix	40 %
Valeur technique : Moyens et capacités techniques, réactivité et délais d'exécution, qualité générale des documents produits	20 %
Compréhension du projet et pertinence de la note méthodologique ; adéquation, qualité et originalité des réponses apportées sur des projets similaires	40%

#### **6.15. Annulation de la procédure de marché**

Sera jugée nulle la procédure de marché si moins de 3 candidats ont présenté une proposition complète.

#### **6.16. Calendrier prévisionnel (à réviser avec le titulaire)**

- **Fin septembre :** Validation par le codir des éléments rédactionnels du cahier des charges
- **Début novembre :** date de remise des offres et choix du prestataire
- **Novembre/décembre/janvier :** phase 1
- **Janvier/Février:** réunion de présentation de l'étude et premières pistes de travail à valider.
- **Janvier/février:** 2 ou 3 propositions graphiques, choix de la proposition graphique par un jury de l'école.
- **mars :** présentation du logo et de la charte, aller/retour de correction.
- **Fin mars :** lancement et présentation officielle du logo en interne par le prestataire titulaire du marché et à l'externe par le service communication appuyé des conseils du prestataire titulaire.

#### **6.17. Contact opérationnel**

Le contact opérationnel auprès duquel des renseignements d'ordre technique et administratif peuvent être obtenus par email auprès de :

Fanny Genest

Service communication

Mail : fanny.genest@engees.unistra.fr

#### **6.18. Modalité de dépôt des offres :**

Par voie postale à l'adresse suivante :

ENGEES

À l'attention de Fanny GENEST, responsable communication

1 quai Koch

67000 STRASBOURG

Avec la mention sur l'enveloppe : « URGENT : marché Rénovation de l'identité visuelle de l'ENGEES et conception graphique / NE PAS OUVRIR ».

En main propre, à l'accueil aux horaires d'ouverture de l'établissement.

### **6.19. Date limite de réception des offres**

Le 2 novembre 2020 à 12H

### **6.20. Délai de validité des offres**

90 jours à compter de la date limite fixée pour la réception des offres

### **6.21. Modalité de révision des prix :**

Les prix unitaires des prestations indiquées dans l'annexe 1 sont fermes pour la première année du marché.

### **6.22. Ajustement forfaitaire et attribution du marché**

L'ENGEES pourra à la suite du choix, engager une discussion avec le prestataire choisi afin de renégocier et redéfinir l'offre proposée pour le lot 1 : ajout ou retrait de réunion, ajustement du calendrier proposé etc. sur base de la proposition tarifaire initiale.

Un acte d'engagement sera alors établis et signé par l'ensemble des prestataires et sera l'objet du marché pour ce lot.

### **6.23. Pénalité de retard**

Les délais de livraison sont ceux indiqués dans ce document, dans les bordereaux des prix et les bons de commande. Tout retard fera l'objet d'une pénalité.

Conformément à l'article 14.1.1 du CCAG-Fournitures courantes et services, cette pénalité est calculée par application de la formule suivante :

$$P = V * R / 1\ 000$$

dans laquelle :

P = le montant de la pénalité ;

V = la valeur des prestations sur laquelle est calculée la pénalité, cette valeur étant égale au montant en prix de base, hors variations de prix et hors du champ d'application de la TVA, de la partie des prestations en retard, ou de l'ensemble des prestations si le retard d'exécution d'une partie rend l'ensemble inutilisable ;

R = le nombre de jours de retard.

Ces pénalités seront déduites du montant restant dû par la personne publique contractante ayant passé la commande ou feront l'objet d'un ordre de recette par le comptable publique à l'encontre du titulaire. Elles restent dues en cas de résiliation.

## **7. Détail des prestations**

### **7.1 Caractéristique du Lot 1, et obligations du titulaire :**

L'offre financière proposée doit tenir compte de plusieurs obligations :

**Phase 1 :** Le titulaire du marché analysera les premiers éléments identitaires transmis et ce cahier des charges et consolidera ces éléments via une étude. Il affinera avec l'équipe projet en conséquence la demande de rénovation de l'identité visuelle pour dégager les pistes de travail solide.

Le titulaire effectuera obligatoirement :

- Toutes les réunions, enquêtes, sondages et autres actions, permettant une bonne étude et analyse, convenues en amont avec le pouvoir adjudicateur.
- Rédaction et transmission de l'analyse et de l'étude identitaires (valeurs, image de marque, éléments différenciant, analyse concurrentielle etc.) qui fera l'objet d'une présentation et d'un échange avec l'équipe projet.
- Transmission des premières pistes de travail ou du briefing créatif.
- La prise en compte des remarques du maitre d'ouvrage aux différentes phases de validation.

**Phase 2 :** le titulaire proposera une nouvelle identité visuelle.

- Le titulaire effectuera 2 ou 3 propositions graphiques de logos rénovés au début de la phase 2

- Tout au long du processus de création du logo et de la charte graphique, le titulaire émettra les éléments et documents nécessaires à la construction du projet et au partage afin de prendre une décision collégiale.
- Proposition d'une identité visuelle correspondant (dont slogan) après échange avec l'équipe projet, et édition d'un document de charte graphique rédigé comprenant les règles et norme d'utilisation de cette charte et du logo, facilement applicable par tous et des exemples d'utilisations erronées, des zones de protection et taille minimum, des exemples de déclinaisons etc.
- Cession de droit de propriété intellectuelle : le marché prévoit la cession des droits de propriété intellectuelle relative aux résultats issus du marché à savoir un logo et ses déclinaisons et la charte graphique applicable. Le titulaire du marché cède, à titre exclusif, l'intégralité des droits ou titre de toute nature afférents auxdits résultats permettant à l'ENGEES de les exploiter librement, y compris à des fins commerciales. Les droits d'exploitation afférents aux résultats sont cédés au seul pouvoir adjudicateur. Le pouvoir adjudicateur pourra ainsi céder ses droits à des tiers. Il est précisé que la cession est consentie pour le monde entier, et pour la durée légale de protection des droits de propriété intellectuelle en droit français. Cette cession vaut pour les droits de reproduction, de représentation et d'adaptation.
- La prise en compte des remarques du maître d'ouvrage aux différentes phases de validation.
- Le dépôt du logo à l'INPI pourra être demandé d'être effectué au nom du pouvoir adjudicateur.

Le titulaire doit émettre un document et les outils nécessaires à l'application de cette charte graphique de manière autonome par l'établissement :

A titre d'exemple, seront remis :

- o Version couleur pantone, quadrichromie, monochrome noir et en réserve, noir et blanc/niveau de gris du logo
- o Fourniture des fichiers de chaque version du logo pour Mac et PC sous formats numériques eps, psd, jpeg, png en 72 et 300 DPI (logiciels de référence : publisher, Adobe illustrator, indesign) pour toutes exploitations. Le livrable vectoriel doit impérativement être compatible avec la suite adobe CS4 utilisée par le commanditaire.
- o Références couleurs : pantone, CMJN, RVB, HTML
- o L'ensemble des polices de caractères de la charte, compatible avec les logiciels précédemment cités. Une de ces polices doit pouvoir être intégrée aisément aux outils de bureautiques microsoft (word, powerpoint etc.)
- o L'ensemble des éléments graphiques de la charte nécessaire à la réalisation d'un document par l'ensemble des services (pour Mac et PC sous formats numériques eps, psd, jpeg, png en 72 et 300 DPI (logiciels de référence : Adobe illustrator, indesign CS4, publisher) pour toutes exploitations

## 7.2 Liste des besoins estimés pour le lot 2 (non contractuel)

Documents prévisionnel	Papier et format (prévisionnel)
Plaquettes formations d'ingénieurs	16 pages – format 4A
Kakémono étudiant	800X2000mm
Kakémono entreprise	800X2000mm
Toile en tissu pour salon (type stand parapluie)	1200X2400mm
Plaquette Formation Continue	52 Pages A5

Plaquette Taxe d'apprentissage	6 Pages A5
Plaquette partenariat/Entreprises Français	Plaquettes 6 Pages A4 fermé (dépliant 3 volet)
Plaquette internationale en anglais	Plaquettes 6 Pages A4 fermé (dépliant 3 volet)
Plaquette Mastère Spécialisé EPA (4 pages)	4 pages format A4 fermé
Plaquette Mastère Spécialisé GEDE (4 pages)	4 pages format A4 fermé
Plaquette Mastère Spécialisé GeBAC (4 pages)	4 pages format A4 fermé
Magazine "Au Fil de l'Eau" (12pages)  Devis détaillé sur base du document actuel à retrouver sous : <a href="https://engees.unistra.fr/lengees/presentation/lemagazinedelengees-aufil">https://engees.unistra.fr/lengees/presentation/lemagazinedelengees-aufil</a>	12 pages format A4 fermé  Devis détaillé sur base du document actuel à retrouver sous : <a href="https://engees.unistra.fr/lengees/presentation/lemagazinedelengees-aufil">https://engees.unistra.fr/lengees/presentation/lemagazinedelengees-aufil</a>
Enveloppes logotées quadrichromie	A5 blanc 162x229 (*)
	A5 blanc 162x229(**)
	A6 blanc 110x220(*)
	A6 blanc 110x220(**)
Enveloppes logotées nuance de gris	A4 260x330 kraft (*)
	A4 229x324 kraft (**)
	A4 206x330x30 à soufflet kraft (*)
	A4 260x330x30 (*) à soufflet kraft armé
Papier à lettre avec entête	A4
Structure de Diplômes d'ingénieurs avec personnalisation nominative	Format A4. Uniquement texte et logos, pas de fond de diplôme qui est imprimé sur papier sécurisé de l'imprimerie nationale
Diplômes mastères avec personnalisation nominative	Format A4. Placement des textes, logos et création d'un fond de diplôme.
Carton de correspondance	Format classique
Carte de visite	Format classique
Affiche ingénieur	A1
Typon d'insertion publicitaire dans les revues	formats A4, A5 et A6, paysage et portrait
Une plaquette Alpha (hors charte graphique école)	Format A4 – 16 pages <b><i>Cette plaquette est rédigée par les étudiants, pour les étudiants. Le graphisme doit se libérer de la charte graphique institutionnelle de l'école.</i></b>

### **7.3 Caractéristiques du Lot 2 :**

Le titulaire s'engage à :

- Respecter les règles définies par la charte graphique de l'ENGEES (ancienne et nouvelle).
- Décliner et deployer la nouvelle charte à l'ensemble des nouveaux documents demandés. Il s'assurera d'une cohérence entre les supports émis, de leur correspondance à l'image de l'école et de leur adaptation aux cibles de communications variées (Lycéens/étudiants ; professionnels ; institutions)
- Effectuer au minimum 2 propositions de couverture.
- Proposer des illustrations du document. Le prestataire effectuera les démarches nécessaires pour obtenir les droits d'utilisation ou sera chargé de réaliser ces illustrations (dessins, schéma, Photos...)
- Effectuer les corrections/modifications demandées par le pouvoir adjudicateur
- Livrer le document en version numérique en haute définition au format PDF (fichier d'impression)
- Livrer le document en version numérique en basse définition en format PDF (pour emailing et mise en ligne web).
- Faire parvenir pour tous documents et supports un bon à tirer au service communication. Ce bon à tirer pourra être demandé après épreuve contractuelle.

Fait en un seul original

Date, signature et  
cachet de la société  
Mention manuscrite  
« lu et approuvé ».

Signature du pouvoir  
adjudicateur