

## AVIS D'APPEL PUBLIC A CONCURRENCE

**N°10-15 – 12/03/10**

**Objet :**

### **Article 1 - Objet de la consultation**

La présente consultation a pour objet la création d'une identité visuelle et d'une signature, destinées à :

- sensibiliser les jardiniers amateurs aux risques des produits phytosanitaires
- inciter les jardinier amateurs à réduire l'usage de ce type de produits.

### **Article 2 – Contexte**

#### **Le plan Ecophyto 2018 : réduction de l'usage des pesticides de 50 % en 10 ans**

Les produits phytosanitaires (fongicides, herbicides, insecticides) présentent des risques liés à la santé (irritation de la peau et des poumons) et à l'environnement (pollution des nappes phréatiques). Le plan Ecophyto 2018, initié à la suite du Grenelle Environnement, vise à réduire progressivement l'usage des produits phytosanitaires en France, de 50 % d'ici 2018.

Ce plan prévoit la mise en œuvre d'actions de communication à destination :

- des professionnels (agriculteurs, éleveurs, horticulteurs...)
- des collectivités locales, des gestionnaires d'infrastructures de transport ou des entreprises utilisant des produits phytosanitaires
- des jardiniers amateurs
- du grand public.

Dans le cadre de ce plan, le pilotage des actions de communication est réparti entre le ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche et le ministère du Développement

durable. Ce dernier pilote les actions de communication à destination des jardiniers amateurs et a confié à l'ONEMA l'organisation de la campagne : un plan de communication spécifique pluriannuel est lancé au printemps 2010.

## **Une communication spécifique à destination des jardiniers amateurs**

Quelques études permettent de cerner globalement la population des jardiniers amateurs :

- 90% des Français adultes possèdent au moins un végétal [*étude CSA 2008 de l'Union des entreprises pour la protection des jardins et des espaces verts (UPJ)*]
- 79 % disposent d'un espace vert lié à leur habitat principal (jardin, balcon, terrasse) [*même étude*]
- 45% possèdent ou louent un jardin ou un potager), ce qui représente 17 millions de jardiniers amateurs [*étude IFOP 2009 pour le MEEDDM auprès de 1006 individus de 15 ans et plus*]
  - 20% un jardin exclusivement
  - 5 % un potager exclusivement
  - 20 % un jardin et un potager
- le marché du jardinage amateur a cru de 22% ces 10 dernières années [*PromoJardin, association pour la promotion du jardinage, de l'amélioration de l'environnement et du cadre de vie, données 2007*]
- 52 % des visiteurs de magasins de bricolage et de jardinage en 2007 sont des femmes [*Ipsos 2007*]

En annexe du présent document figurent les résultats d'une étude menée en 2009.

## **Objectifs de communication (cible : les jardiniers amateurs)**

Un objectif de « sensibilisation » « grand public » (via le message publicitaire) afin de :

- générer une prise de conscience sur la nature des produits qu'ils utilisent dans leur jardin (ce sont des « pesticides »)
- sensibiliser aux risques de l'utilisation de pesticides afin de conduire les jardiniers amateurs à envisager de changer leurs comportements

Un objectif d'information et de pédagogie (via le relais de moyens et de média ciblés) afin de :

- inciter à utiliser correctement les produits phytosanitaires
- sensibiliser au bon dosage des produits phytosanitaires

- o inciter à réduire l'usage de produits phytosanitaires en adoptant des pratiques alternatives

### ***Plan de communication***

---

Le plan de communication pluriannuel, qui est lancé au printemps 2010, peut s'appuyer sur :

- de l'Achat d'espaces presse magazine spécialisée et web, correspondant aux différents profils de jardiniers amateurs ;
- des Relations Presse (actions à destination de titres de presse correspondant aux différents profils de jardiniers amateurs)
- des Partenariats avec enseignes de grande distribution et jardineries (insertions de publi-rédactionnels dans les consommateurs magazines)
- la création d'une rubrique spéciale sur le Site Internet du MEEDDM.
- la création de brochure.

### **Article 3 - Prestations demandées**

Il est demandé au titulaire de réaliser un visuel et une signature, qui sont déclinés sur tous les outils de communication.

- **Une annonce presse type format 210 x 297 mm** composée d'un visuel, d'une accroche, d'une signature et d'une body, dont le texte lui est mentionné ultérieurement Il est demandé au titulaire d'employer un ton informatif et factuel, impactant sans être anxiogène, comme le matériel testé en 2009 (cf. Annexe). La déclinaison aux différents formats des supports presse et la livraison aux régies ne sont pas à la charge du titulaire.
- **Une bannière web animée type.** La déclinaison aux différents formats des supports presse et la livraison aux régies ne sont pas à la charge du titulaire.

### **Article 4 - Délais**

Les prestations, validées par l'ONEMA et la direction pilote de cette action de communication, sont attendues dans un délai de quinze jours suivant la commande.

## Article 5 - Obligations du titulaire

### ***Responsabilité***

---

Le titulaire est l'interlocuteur unique et direct de la personne publique et, à ce titre, est responsable de la totalité des prestations et de leur bonne exécution. Il ne saurait dégager sa responsabilité dans l'exécution des prestations, sauf à apporter la preuve que le fait à l'origine du non respect de ses engagements contractuels ne lui est pas imputable.

### **Obligation de moyen et de résultat**

---

Le titulaire est tenu à une obligation de résultat, livrer la création de l'identité visuelle et de la signature.

### **Obligation d'information**

---

Le titulaire est tenu de signaler à la personne publique tous les éléments qui lui paraîtraient de nature à compromettre la bonne exécution de la prestation et/ou du marché.

### ***Propriété intellectuelle***

---

L'ONEMA est propriétaire de l'ensemble des documents produits au titre du présent marché, pour une durée de 10 années. Dans ce cadre, à l'issue des prestations, le titulaire lui remet l'ensemble des fichiers d'exécution réalisés. Il est demandé au titulaire de s'assurer que les polices utilisées seront libres de droits et compatibles avec PC.

A cet effet, le titulaire et/ou ses sous-traitants transfèrent, pour toute la durée légale du droit d'auteur définie à l'article L123-1 du code de la propriété intellectuelle, et dans tous les pays, dès la réception des prestations, tous les droits pouvant naître à l'occasion de la réalisation du présent marché.

Dans ce cadre, le titulaire et/ou ses sous traitants, cèdent à la personne publique les droits :

- d'utilisation
- d'exploitation
- de modification
- de reproduction
- d'adaptation
- de traduction
- d'analyse

- o de correction
- o de mise sur le marché c'est-à-dire, le droit de concéder tout ou partie des droits énoncés ci-avant, à titre gratuit ou onéreux, à des tiers, du droit d'agir en contrefaçon.

S'agissant du support, ces droits s'exercent sur tout support papier, CD, DVD, disque optique, cartes et clés de stockage ou serveur distant, sans que cette liste soit considérée comme exhaustive et ce, quelle que soit la technologie utilisée pour accéder à ces supports.

Les prestations réalisées par le titulaire pendant toute la durée du marché, ne peuvent, ni ne pourront, d'aucune manière que ce soit, donner prise à la constitution d'un droit d'auteur quant aux droits spécifiés précédemment que le titulaire pourrait opposer à l'ONEMA ou à des tiers.

Le titulaire garantit à la personne publique le parfait respect de cette disposition par chacune des personnes morales et/ou physiques qui seraient amenées à intervenir dans le cadre du présent marché et notamment ses personnels, ses dirigeants et actionnaires ou associés, les sous-traitants éventuels et toute autre personne sans exception.

#### **Type d'achat :**

Ponctuel.

#### **Pièces contractuelles du dossier :**

- Mise en concurrence
- Conditions générales d'achat complétées et signées(CGA)
- Attestation simplifiée de candidature complétée et signée
- Conditions tarifaires
- Délais de livraison

**Date limite de remise d'offres : 23/03/10 à 12 heures.**

**Délai de validité des offres :** 90 jours

#### **Critères de sélection des offres :**

- Valeur technique (70%) :
  - pertinence ( 40%)
  - créativité ( 30% )
- Prix (30%)

**Contact :** M. CANUS

(Tél : 01.45.14.88.58 Mél : [bruno.canus@onema.fr](mailto:bruno.canus@onema.fr))