



Marché pour une étude relative à l'analyse de l'incidence sur le marché publicitaire de la suppression de la publicité commerciale en soirée des services nationaux de France Télévisions

Marché passé selon une procédure adaptée

Document valant

SOMMAIRE

1 CONTEXTE DU MARCHE.....	3
2 IDENTIFICATION DU POUVOIR ADJUDICATEUR.....	3
2.1 Pouvoir adjudicateur.....	3
2.2 Service responsable du marché.....	3
2.3 Signataire du marché.....	3
2.4 Comptable assignataire.....	4
2.5 Ordonnateur.....	4
2.6 Personne habilitée à donner les renseignements prévus à l'article 109 du CMP.....	4
2.7 Imputation budgétaire.....	4
3 IDENTIFICATION DU TITULAIRE DU MARCHÉ.....	4
3.1 Renseignements administratifs.....	4
3.2 Renseignements bancaires.....	5
4 CARATÉRISTIQUES DU MARCHÉ.....	5
4.1 Pièces constitutives du marché.....	5
4.2 Forme du marché.....	5
5 OBJET DU MARCHÉ.....	6
5.1 Besoin de l'administration.....	6
5.2 Périmètre de l'étude.....	6
5.3 Remarques méthodologiques.....	6
5.4 Informations complémentaires.....	7
6 MODALITÉ D'EXÉCUTION ET DU RÈGLEMENT.....	7
6.1 Exécution de la prestation.....	7
6.1.1 comité de pilotage et suivi de la mission.....	7
6.1.2 Livrables.....	7
6.1.3 Validation des livrables.....	8
6.2 Durée du marché et durée d'exécution.....	8
6.3 Propriété intellectuelle.....	8
6.4 Prix et montant du marché.....	9
6.4.1 Forme du prix.....	9
6.4.2 Montant du marché.....	9
6.4.3 Variation du prix.....	9
6.5 Modalités de règlement.....	9
6.5.1 Périodicité des paiements.....	9
6.5.2 Présentation des factures.....	9
6.5.3 Délai de paiement.....	10
6.5.4 Pénalités de retard.....	10
6.5.5 Pénalités relatives à une mauvaise exécution des prestations.....	11
7 ASSURANCE.....	11
8 RÉSILIATION.....	11
9 LITIGES.....	11
10 CONDITIONS D'ACCÈS DES PERSONNELS DU TITULAIRE AUX LOCAUX DU MCC.....	12
11 PIÈCES ET ATTESTATIONS À FOURNIR.....	12
12 CONFIDENTIALITÉ.....	12

13 DÉROGATIONS AUX DOCUMENTS GÉNÉRAUX.....	12
14 ENGAGEMENT DU TITULAIRE.....	12
15 NANTISSEMENT DU MARCHÉ.....	13
NOTIFICATION DU MARCHÉ.....	14

1 CONTEXTE DU MARCHÉ

L'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication modifiée et complétée notamment par la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision prévoit en son VI la suppression progressive de la publicité commerciale des services nationaux de France Télévisions et notamment sa suppression en soirée depuis le 5 janvier 2009.

«VI. - Les programmes diffusés entre vingt heures et six heures des services nationaux de télévision mentionnés au I de l'article 44, à l'exception de leurs programmes régionaux et locaux, ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique. »

Au deuxième alinéa du VI de l'article 53, il est prévu que le Gouvernement transmette au Parlement un rapport évaluant, après consultation des organismes professionnels représentatifs du secteur de la publicité, l'incidence de la mise en œuvre de cette suppression sur l'évolution du marché publicitaire et la situation de l'ensemble des éditeurs de services de télévision.

Afin de préparer ce rapport, la direction générale des médias et des industries culturelles souhaite commander une étude sur l'incidence sur le marché publicitaire de la suppression de la publicité commerciale en soirée des services de France Télévisions.

2 IDENTIFICATION DU POUVOIR ADJUDICATEUR

2.1 Pouvoir adjudicateur

Le Ministère de la Culture et de la Communication
dénommé ci-après « l'administration »

2.2 Service responsable du marché

Service des affaires financières et générales
Bureau du fonctionnement des services
182, rue Saint Honoré
75033 PARIS cedex 01

2.3 Signataire du marché

Le directeur général des médias et des industries culturelles du Ministère de la culture et de la communication ou son représentant dûment habilité par délégation de signature

2.4 Comptable assignataire

Le comptable assignataire des dépenses est le contrôleur budgétaire et comptable ministériel du Ministère de la Culture et de la Communication- 182 rue St Honoré à Paris.

2.5 Ordonnateur

L'ordonnateur de la dépense est le ministre de la culture et de la communication et par délégation le bureau de la qualité comptable

2.6 Personne habilitée à donner les renseignements prévus à l'article 109 du code des marchés publics

L'adjointe au chef de la mission achat.
182 rue Saint Honoré– 75033 Paris Cedex 01.

2.7 Imputation budgétaire

LA DÉPENSE EST IMPUTÉE SUR LE PROGRAMME 224, L'ACTION 07 ET LA SOUS ACTION : 65.

3 IDENTIFICATION DU TITULAIRE DU MARCHÉ

3.1 Renseignements administratifs

◆ Contractant unique

Raison sociale

Agissant pour son propre compte /pour le compte de
.....

N° Siret :

APE :

Ci-après dénommé « le titulaire »

3.2 Renseignements bancaires

L'administration se libérera des sommes dues en exécution du présent marché, en faisant porter le montant au crédit du compte suivant : ¹

Compte ouvert au compte de :			
Banque et adresse :			
Établissement	Guichet	N° de compte	Clé

Le titulaire joindra un relevé d'identité bancaire/postal.

4 CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ

4.1 Pièces constitutives du marché

Le marché est constitué par les documents énumérés ci-dessous, par ordre de priorité décroissante :

Pièces particulières :

- le document valant « acte d'engagement et cahier des clauses particulières »,
- la décomposition du prix global et forfaitaire,
- le mémoire technique du titulaire.

Pièces générales :

Le cahier des clauses administratives générales (CCAG) applicable aux marchés publics de prestations intellectuelles (CCAG/PI – **option B de l'article 25**) approuvé par l'**arrêté du 16 septembre 2009 portant approbation du cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de prestations intellectuelles**. Ce document, bien que non joint au marché, est réputé connu des parties contractantes qui lui reconnaissent expressément le caractère contractuel. Ces pièces générales sont réputées être celles en vigueur au mois où se situe la date de remise des offres

4.2 Forme du marché

Les prestations, objet du présent marché, constituent un marché global forfaitaire. Le marché est passé selon la procédure adaptée, conformément aux articles 28 et 40-II du Code des marchés publics (décret n°2006-975 du 1^{er} août 2006).

¹ A renseigner par le candidat

5 OBJET DU MARCHÉ

Le présent marché a pour objet la réalisation d'une étude portant sur l'analyse de l'incidence sur le marché publicitaire de la suppression de la publicité commerciale en soirée des services nationaux de France Télévisions

5.1 Besoin de l'administration

L'objet de l'étude s'inscrit dans le cadre du deuxième alinéa du VI de l'article 53, qui prévoit que le Gouvernement transmette au Parlement un rapport évaluant, après consultation des organismes professionnels représentatifs du secteur de la publicité, l'incidence de la mise en œuvre de cette suppression sur l'évolution du marché publicitaire et la situation de l'ensemble des éditeurs de services de télévision.

5.2 Périmètre de l'étude

L'étude s'attachera à distinguer :

1) les chiffres du marché publicitaire, sur la période de 2007 à mi 2010, pour : les chaînes de France Télévisions ; les chaînes nationales analogiques et de la TNT, analysées individuellement ; l'ensemble des chaînes du câble et du satellite ; les éditeurs de radio ; les éditeurs de presse ; l'Internet ; l'affichage ; le hors médias ;

2) les analyses (s'appuyant sur les données chiffrées recueillies et dont la méthodologie devra être entièrement explicitée) des parts des évolutions constatées imputables respectivement : à la suppression de la publicité sur les antennes de France Télévisions ; à la conjoncture économique et aux évolutions des comportements des annonceurs ; aux assouplissements réglementaires ; à d'autres facteurs structurels ou conjoncturels (tels que l'évolution des parts d'audiences, les profils des téléspectateurs des éditeurs de télévision, les stratégies commerciales des chaînes, ...) ;

A cet égard, l'étude réalisée intégrera, en tant que données connexes, un examen des évolutions médiatiques structurelles (évolution des audiences et de l'allocation des budgets communication des annonceurs), des effets de la crise économique apparue au dernier trimestre 2008 et de l'impact des assouplissements de l'accès des annonceurs aux écrans publicitaires résultant du décret n° 2008-1392 du 19 décembre 2008 et de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009.

L'incidence du changement législatif sur les ressources publicitaires des services nationaux de France Télévisions et sa puissance commerciale sera expertisé.

5.3 Remarques méthodologiques

L'étude, qui sera courte et précise, contiendra des données claires accompagnées de tableaux analytiques destinés à éclairer les éléments de réponse.

Elle fournira également des tableaux chiffrés, en brut et en net, permettant de distinguer les effets des facteurs identifiés. Les données chiffrées seront accompagnées d'un court texte de commentaire destiné à en faciliter la lecture et l'interprétation.

La liste des éditeurs à contacter pour collecter les données pourra être établie avec l'appui de la DGMIC, qui fournira, le cas échéant, une liste de contacts au sein des entreprises concernées.

Le titulaire pourra en outre recueillir, auprès de la DGMIC, un certain nombre de données chiffrées pour étayer son analyse (chiffres Médiamétrie, chiffres DGMIC, chiffres France Télévisions – recettes de publicité et de parrainage).

5.4 Informations complémentaires

A l'issue de son étude, le titulaire pourra être amené à présenter, dans différentes enceintes, les résultats de ses travaux.

6 MODALITES D'EXECUTION ET DU RÈGLEMENT

6.1 Exécution de la prestation

6.1.1 Comité de pilotage et suivi de la mission

La démarche est conduite par la sous-direction de l'audiovisuel, au sein de la direction générale des médias et des industries culturelles.

La direction générale des médias et des industries culturelles met à la disposition du titulaire les documents nécessaires à la réalisation de l'étude (chiffres Médiamétrie, chiffres DGMIC, chiffres France Télévisions – recettes de publicité et de parrainage).

Les interlocuteurs du titulaire seront M. Jean-Christophe LEVASSOR, chef du bureau du secteur de l'audiovisuel public à la direction générale des médias et des industries culturelles et Mme Juliette MANT, bureau des études et des évaluations économiques à la direction générale des médias et des industries culturelles.

6.1.2 Livrables

Les livrables seront fournis sous forme électronique et sous forme papier en 10 exemplaires. Les documents rendus doivent être clairs et précis. Les éléments chiffrés, les éléments graphiques et les statistiques qui pourront être produits doivent viser essentiellement à éclairer les conclusions des analyses et les scénarios proposés.

Le titulaire fournira :

- des points d'étape permettant à l'administration de s'assurer de l'avancement du marché ;
- un rapport final, accompagné d'annexes en tant que de besoin.

6.1.3 Validation des livrables

La vérification des livrables portera :

- sur l'exhaustivité du dossier remis,
- sur la compréhension et restitution correcte du contexte, des objectifs et des enjeux,
- sur la pertinence,
- sur la qualité rédactionnelle,
- sur la lisibilité.

L'administration dispose d'un délai de deux semaines pour valider les livrables. L'absence de réponse de l'Administration dans ce délai ne vaut pas validation tacite. Si l'administration ne peut respecter le délai indiqué, elle informe le titulaire de la date à laquelle elle procédera à la validation, et s'engage sur un nouveau délai qu'elle détermine avec le titulaire.

6.2 Durée du marché et durée d'exécution

Le marché prend effet à la date de notification et prendra fin lors de la validation par l'administration de l'ensemble des livrables exigés au titre du marché. La durée maximum d'exécution est fixée à 15 jours ouvrés.

6.3 Propriété intellectuelle

L'option B du CCAG/PI approuvée par arrêté du 16 septembre 2009 est retenue.

Tous les documents et études remis par le titulaire dans le cadre de l'exécution du marché sont de la propriété exclusive de l'administration. L'administration pourra les utiliser, les reproduire, les diffuser sous tous supports, les adapter et les traduire, pour toute la durée de leur protection par les droits d'auteur et dans le monde entier.

Les documentations de base, données et autres documents remis au titulaire par l'administration pour l'exécution du présent contrat restent la propriété exclusive de celle-ci.

La reproduction ou l'utilisation par le titulaire, à d'autres fins que l'exécution du présent contrat, des documents précités est interdite sans autorisation de la personne publique. Les seules reproductions autorisées sont celles nécessaires à l'exécution du présent contrat.

Le titulaire du marché cède, à titre exclusif, l'intégralité des droits ou titres de toute nature afférents aux résultats permettant au pouvoir adjudicateur de les exploiter librement, y compris à des fins commerciales sur des supports de communication institutionnelle et notamment sur le site Internet de la DGCIS, du Ministère de la culture et de la communication et de la DGMIC, et pour toute la durée de protection légale des droits.

6.4 Prix et montant du marché

6.4.1 Forme du prix

Les prix sont libellés en euros et sont réputés comprendre toutes les charges liées à l'exécution des prestations définies dans le présent document (acte d'engagement et CCP), y compris les charges fiscales et parafiscales afférentes à ces prestations. Les prix sont établis hors TVA.

6.4.2 Montant du marché

Le montant du marché est fixé à :

- Montant hors taxes :
- TVA au taux de 19,6 %, soit :
- Montant TTC (chiffres) :

- Montant du marché TTC (lettres)
-

Je renonce, au nom de la société, au bénéfice de l'avance forfaitaire:

Oui

Non

6.4.3 Variation du prix

Le marché est passé à prix ferme et forfaitaire.

6.5 modalités de règlement

Le mode de règlement est le mandat administratif.

6.5.1 Périodicité des paiements

100 % du règlement versé à l'issue de la prestation.

Une avance pourra être accordée, si le marché remplit les conditions définies à l'article 87 du Code des Marchés Publics. Le remboursement de l'avance se fait dans les conditions définies à l'article 88 du code des marchés publics.

6.5.2 Présentation des factures

Les montants dus par l'administration au titulaire sont payés conformément aux règles de la comptabilité publique. Les factures afférentes au marché seront adressées en deux exemplaires, dont un original et une copie, au :

Ministère de la culture et de la communication
Secrétariat général

Les factures doivent mentionner les indications suivantes:

- la référence du marché (n° et objet) ;
- l'identification de la prestation et la date d'exécution des prestations ;
- le nom, le numéro de siret et l'adresse du titulaire ;
- le numéro de son compte bancaire ou postal ;
- le montant hors taxes de la prestation, sa décomposition, le taux de la TVA, le montant.

6.5.3 Délai de paiement

Le délai global de paiement des prestations est de 30 jours maximum, conformément au décret n°2008-407 du 28 avril 2008.

Lorsque la date de fin d'exécution des prestations mentionnées sur la demande de paiement est postérieure à la date de réception de ladite demande de paiement, cette date, validée par l'attestation « service fait » marque le point de départ du délai de paiement.

La date de réception de la demande de paiement et la date de fin d'exécution des prestations correspondantes sont constatées par la personne habilitée à signer au nom de l'administration.

Le délai global expire à la date du règlement par le comptable.

Le défaut de paiement dans ce délai fait courir de plein droit des intérêts moratoires au bénéfice du titulaire.

Le taux des intérêts moratoires est égal au taux d'intérêts de la principale facilité de refinancement appliquée par la Banque centrale européenne à son opération de refinancement principal la plus récente effectuée avant le premier jour de calendrier du semestre de l'année civile au cours duquel les intérêts moratoires ont commencé à courir, majoré de sept points.

6.5.4 Pénalités de retard

Il sera fait application des dispositions suivantes en cas de manquement du titulaire dans ses obligations contractuelles.

En cas de non respect par le titulaire des délais d'exécution de la prestation, ou de non respect de ses obligations, celui-ci encourt, sans mise en demeure préalable, les pénalités calculées selon la formule suivante :

$$P = V * R / 1000$$

dans laquelle :

P = montant de la pénalité

V = montant du marché

R = nombre de jours de retard

6.5.5 Pénalités relatives à une mauvaise exécution des prestations

Une pénalité forfaitaire de 600 euros hors taxes sera appliquée.

7 ASSURANCES

Le titulaire doit être couvert par un contrat d'assurances en cours de validité, pour la durée du marché, garantissant les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile qu'il pourrait encourir en cas de dommages de toute nature, matériels, immatériels et directs causés à l'occasion de l'exécution des prestations. Il doit produire une attestation de son assureur indiquant la nature, le montant et la durée de la garantie.

Il s'engage, sur toute demande faite par les services du ministère de la culture et de la communication, par lettre recommandée avec avis de réception postal ou en cas de modification des conditions de sa police d'assurance, à communiquer une attestation de souscription de la police d'assurance en cours de validité.

A défaut de production dans un délai de quinze (15) jours ouvrés (comptés à partir de la réception de la demande), le marché pourra être résilié.

8 RÉSILIATION

Outre les clauses de résiliation prévues au chapitre VII du CCAG/PI le ministère de la culture et de la communication se réserve le droit de résilier sans mise en demeure préalable le marché, dans les conditions suivantes:

- En cas de violation des règles de confidentialité ;
- A défaut de production d'une assurance en cours de validité dans un délai de quinze (15) jours à compter de la demande du ministère de la culture et de la communication ;
- En cas d'inexactitude des documents et des renseignements mentionnés à l'article 45 et 46 du code des marchés ;
- En cas de non présentation des attestations relatives à l'article D 8222-5 du code du travail après mise en demeure restée infructueuse (cette clause ne s'applique pas aux marchés dont la durée est inférieure à six mois).

9 LITIGES

Le présent marché relève du droit français. En cas de litige et à défaut d'accord amiable, toute difficulté relative à l'application des clauses du présent marché sera soumise au tribunal administratif de Paris.

Les correspondances, réunions et discussions relatives au marché sont rédigées en français. Il appartient au titulaire de désigner, pour l'exécution du marché, une équipe ayant la maîtrise du français.

10 CONDITIONS D'ACCÈS DES PERSONNELS DU TITULAIRE AUX LOCAUX DE LA DGMIC

Le personnel du titulaire est soumis aux mêmes conditions d'accès que tout agent au service de l'Etat. Il est tenu de respecter le règlement intérieur et les consignes de discipline générale de l'administration, notamment en ce qui concerne la sécurité.

11 PIÈCES ET ATTESTATIONS À FOURNIR

Sans objet eu égard à la durée

12 CONFIDENTIALITÉ

Le(s) titulaire(s), les personnes qui participeront à l'exécution du marché, seront tenus au secret professionnel pour tout ce qui est relatif aux renseignements et documents qu'ils pourraient recueillir au cours de leurs travaux à l'égard de toutes les personnes étrangères à la DGMIC, dans la mesure où celle-ci n'aura pas admis de dérogation d'une manière expresse. D'autre part, le(s) titulaire(s) s'engage(nt) à citer les sources des études qu'il(s) pourrai(en)t être conduits à utiliser et s'assurer pour toutes recherches du respect des droits d'auteur.

13 DÉROGATIONS AUX DOCUMENTS GÉNÉRAUX

Les articles 6.5.4 et 6.5.5 dérogent à l'article 14 du CCAG/PI.

14 ENGAGEMENT DU TITULAIRE

Je soussigné, M.....

Agissant en nom propre :

Après avoir pris connaissance du présent document ainsi que de tous ceux qui y sont mentionnés, m'engage sans réserves à exécuter les prestations objets du présent marché, conformément aux clauses et conditions du présent marché et de ses annexes.

Fait en un seul original,

Pour le titulaire,
le représentant légal
Signature et cachet

Pour l'administration,
Son représentant habilité
Signature et cachet

15 NANTISSEMENT DU MARCHÉ

Le présent marché pourra être remis au nantissement conformément aux articles 106 à 109 du code des marchés publics.

☐ Le titulaire décide de ne pas céder les créances résultant du présent marché

☐ Le titulaire décide de céder les créances résultant du présent marché. A cet effet, l'administration remettra au titulaire une copie de l'original du marché en remplissant le cadre ci-dessous :

Cadre pour formule de nantissement ou de cession de créances

Copie certifiée conforme à l'original délivrée en unique exemplaire pour être remise à l'établissement de crédit en cas de cession ou de nantissement de créances consenti conformément à la loi n° 81-1 du 2 janvier 1981 modifiée facilitant le crédit aux entreprises en ce qui concerne :

Cocher la case correspondante

☐ la totalité du marché

☐ la partie des prestations évaluées à
(montant exprimé en lettres) € et que le titulaire n'envisage pas de confier à des sous traitants bénéficiant du paiement direct

☐ la part des prestations évaluées à
(montant exprimé en lettres) € et devant être exécutées par :

☐ co-traitant

☐ sous traitant

A Paris, le

Signature du représentant de l'administration

16 NOTIFICATION DU MARCHÉ

La notification consiste à la remise d'une photocopie du marché au titulaire.
Cette remise peut être opérée par lettre recommandée avec accusé de réception. Dans ce cas, l'avis de réception postal, daté et signé par le titulaire, est agrafé à cette page.

Reçu à titre de notification un exemplaire du présent marché :

Signature et cachet du titulaire.