



Secrétariat Général
Service des affaires financières et générales
Sous direction des affaires immobilières et générales

MARCHE PUBLIC DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES
Code des marchés publics (décret 2006-975 du 1er août 2006)

**Marché pour une étude
sur les conditions de réussite de la télévision locale en France**

REGLEMENT DE LA CONSULTATION

Le pouvoir adjudicateur: Ministère de la Culture et de la Communication
Secrétariat général
Service des affaires financières et générales
Bureau du fonctionnement et des services
Télécopie : 01.40.15.86.51
Coordonnateur du groupement de commandes
constitué du pouvoir adjudicateur - ministère
de la culture et de la communication - DGMIC
et du pouvoir adjudicateur - Conseil Supérieur
de l'Audiovisuel, CSA

Objet de la consultation: Étude portant sur les conditions de réussite de
la télévision locale en France

Date et heure limite de remise des offres: Lundi 12 avril 2010 à 16h

Durée de validité des offres: 60 jours à compter de la date limite de
réception des offres

Référence de consultation
Procédure Marché adapté

RC - Marché pour une étude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France

1 TYPE DU POUVOIR ADJUDICATEUR ET ACTIVITES PRINCIPALES

Le pouvoir adjudicateur est un service de l'administration centrale qui agit pour le compte de la Direction générale des médias et des industries culturelles comme coordonnateur du groupement de commandes constitué du pouvoir adjudicateur - ministère de la Culture et de la Communication, Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) - et du pouvoir adjudicateur Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

2 OBJET DU MARCHÉ

2.1 DESCRIPTION

2.1.1 Type de marché et lieu d'exécution des prestations de services :

Catégorie de service : n°27.

Lieu principal de prestations : Paris

Code NUTS : FR101

2.1.2 Description succincte du marché :

Le présent marché a pour objet la réalisation d'une étude sur les conditions de réussite de la télévision locale en France.

2.1.3 Classification CPV (vocabulaire commun des marchés publics) :

Code CPV : 79311000-7

2.1.4 Des variantes seront prises en considération :

Non.

3 QUANTITE OU ETENDUE GLOBALE DU MARCHÉ

3.1 Quantité ou étendue globale

L'étude porte sur les conditions de réussite de la télévision locale en France.

A. CONTEXTE

Le développement des chaînes de télévision locale répond à des besoins d'information de proximité et de mise en valeur de la diversité culturelle et des enjeux sociaux d'une région : elles encouragent l'expression des minorités, contribuent à la diffusion des langues régionales, accomplissent des missions sociales et éducatives (émissions sur l'emploi local, le logement, les loisirs), participent au développement d'un tissu d'entreprises locales de production ou contribuent aux politiques de la Ville (aides à l'intégration, réhabilitation de l'image de certains quartiers).

Malgré une croissance importante du nombre de chaînes de télévision locale diffusées par voie hertzienne terrestre liée notamment au développement de la diffusion numérique, la santé financière de ces chaînes demeure fragile. Le passage de la diffusion télévisuelle du mode analogique au mode numérique constitue une opportunité pour assurer le développement des chaînes locales, et adapter leur modèle.

C'est pourquoi la Direction générale des médias et des industries culturelles et le Conseil supérieur de l'audiovisuel souhaitent disposer d'éléments d'analyse sur les **conditions de réussite des télévisions locales, en tenant compte des spécificités nationales telles que le rôle de France 3 Régions, le rôle de la presse locale et régionale et celui du développement des technologies numériques.**

B. OBJET DE L'ETUDE

Le périmètre de l'étude concerne les **télévisions locales diffusées par voie hertzienne terrestre en France métropolitaine**, autorisées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel par application des articles 30 et 30-1 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. L'étude est centrée sur **les télévisions locales de plein exercice diffusées par voie hertzienne terrestre¹**. Elle exclut du champ de son analyse les décrochages locaux des chaînes nationales.

L'étude devra prendre en compte les spécificités du paysage audiovisuel français : contexte de la décentralisation tardive mais accélérée depuis 2002, rôle de France 3 Régions et de la presse locale et régionale, basculement de la diffusion télévisuelle en mode numérique, impact de la crise en France (évolutions des stratégies d'investissement des banques affectant les médias), choix du vecteur hertzien retenu pour la diffusion des télévisions locales.

Proposition de plan :

Dans un premier temps, l'étude exposera les conditions de réussite des télévisions locales dans d'autres pays. Dans un second temps, il s'agira d'estimer comment ces conditions pourraient être remplies en France, en tenant compte des spécificités nationales (telles que France 3 Régions, le rôle de la presse locale et régionale et du développement des technologies numériques).

Introduction

L'étude analysera les modèles de télévisions locales en fonction des différentes formes qu'elle peut prendre dans les pays observés : étendue des bassins de spectateurs concernés par ces télévisions, adossement à de grands groupes médias, etc.

1) Conditions de réussite des télévisions locales dans d'autres pays

La première partie de l'étude fera l'analyse de la situation dans plusieurs pays (Allemagne, Espagne, Italie, Royaume-Uni, Belgique, Etats-Unis) non dans un but d'exhaustivité, mais pour pointer les enseignements pouvant être utiles dans le cas français.

L'étude appuiera son analyse sur les éléments ci-après :

a. Cartographie de l'offre :

- offre publique ou privée ;
- chiffres clefs (audience, budget...) ;
- typologie des chaînes : bassin de diffusion, durée de programmation quotidienne, spécialisation (manifestations sportives, fêtes ou événements locaux) ;
- les facteurs politiques et historiques de leur développement (fédéralisme, collectivités territoriales, langues régionales) ;

- l'infrastructure permettant la distribution de ces chaînes (y compris le réseau non hertzien).

b. Coûts et recettes :

- structure du financement de ces chaînes : État, collectivités territoriales, participations de sociétés (groupes médias, télécoms, autres), régies publicitaires ;
- leurs coûts de fonctionnement (diffusion, budget de programmation, syndication de moyens).

c. Aspects éditoriaux :

- achat de programmes et/ou production originale, syndication de programmes ;
- éléments stratégiques de la grille (par exemple information, sport).

L'étude signalera éventuellement si des réflexions sont en cours dans ces différents pays pour faire évoluer le fonctionnement des télévisions locales.

2) Les conditions de réussite de la télévision locale en France

L'étude fera un recensement des télévisions locales en France, en prenant en compte l'évolution de leur audience, les prises de participation, l'évolution dans leur financement depuis l'année 2004. En mettant les données françaises en perspective avec les études de cas réalisées sur les autres pays, l'étude présentera:

- le type de financement des chaînes de télévision locale françaises : implication des collectivités territoriales, investissement stratégique d'un grand groupe de médias, etc. ;
- les coûts de fonctionnement de ces télévisions ;
- leurs bassins de diffusion.

L'analyse portera en particulier sur la question de la syndication des programmes, le rôle des collectivités locales, l'amélioration du financement publicitaire (en distinguant les recettes locales et les recettes nationales) et les coûts de diffusion (multiplexe R1).

Les résultats de l'étude sont attendus pour le vendredi 25 juin 2010.

3.2 Options:

Non

4 RENSEIGNEMENTS D'ORDRE JURIDIQUE, ECONOMIQUE, FINANCIER ET TECHNIQUE

4.1 Conditions relatives au contrat

4.1.1 Modalités essentielles de financement et de paiement :

Budget du ministère de la culture et de la communication.
Programme 224 - action 07 - sous action 65.

Budget du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
Programme 308_02

Les montants dus par l'administration au titulaire sont payés conformément aux règles de la comptabilité publique. Le règlement de la totalité de la prestation fera l'objet de deux

facture correspondant chacune à la moitié du coût total de la prestation, conformément à la convention constitutive du groupement de commandes conclue entre la DGMIC et la DGCIS.

Le délai global de paiement ne pourra excéder 30 jours. A défaut de paiement dans les 30 jours, des intérêts moratoires sont dus dans les conditions définies dans le décret n°2002-232 du 21 février 2002 modifié par le décret n°2008-408 du 28 avril 2008.

4.1.2 Forme juridique que devra revêtir le groupement d'opérateurs économiques attributaire du marché

Le groupement d'opérateurs économiques devra être solidaire.

Il est interdit aux entreprises de présenter plusieurs offres:

- En agissant à la fois en qualité de candidats individuels et de membres d'un ou plusieurs groupements.
- En qualité de membres de plusieurs groupements.

4.2 CONDITIONS DE PARTICIPATION

Le candidat fournit à l'appui de sa candidature:

- a. la copie du ou des jugements prononcés s'il est en redressement judiciaire;
- b. une déclaration sur l'honneur pour justifier qu'il n'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 43 du code des marchés publics;
- c. une déclaration concernant le chiffre d'affaires global et le chiffre d'affaires concernant les services objet du marché réalisés au cours des trois derniers exercices disponibles;
- d. une déclaration indiquant les effectifs moyens annuels du candidat et l'importance du personnel d'encadrement pour chacune des trois dernières années;
- e. une liste des principaux services effectués au cours de trois dernières années, indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé, ou moyens de preuve de capacité équivalents. Les prestations de service sont prouvées par des attestations du destinataire ou, à défaut par une déclaration de l'opérateur économique. De plus le candidat devra impérativement apporter tout élément permettant de juger de ses compétences particulières dans les domaines d'analyse des organisations, budgétaire et financier, et du management et ressources humaines;
- f. la déclaration du candidat (formulaire DC5).

Pour répondre aux points b, c, d et e, le candidat est invité à utiliser le **formulaire DC5** (dernière version). Toutes les rubriques doivent être renseignées.

Nota : Les formulaires DC4 et nouveau DC5 sont disponibles sur le site :

http://www.minefe.gouv.fr/themes/marches_publics/formulaires/index.htm

4.2.1 Marchés réservés

Non.

4.3 CONDITIONS PROPRES AUX MARCHES DE SERVICES

4.3.1 La prestation est réservée à une profession particulière

Non.

4.3.2 Les personnes morales sont tenues d'indiquer les noms et qualifications professionnelles des membres du personnel chargés de la prestation

Oui.

5 CRITERES D'ATTRIBUTION

5.1 Critères d'attribution

Offre économiquement la plus avantageuse en fonction des critères énoncés ci-dessous :

1. Constitution de l'équipe (nombre et qualité des intervenants, leurs références individuelles) : 30 %.
2. Pertinence et clarté de la méthode proposée au regard des attentes : 30 %.
3. Prix : 40 %.

Les offres sont classées par ordre décroissant et l'offre la mieux placée est retenue au regard des critères ci-dessus.

5.2 Une enchère électronique sera effectuée:

Non.

6 MODALITES DE CANDIDATURES

6.1 COMPOSITION DU DOSSIER DE CONSULTATION DES ENTREPRISES:

Le dossier de consultation des entreprises comprend les documents suivants :

1. le règlement de la consultation;
2. le document valant acte d'engagement et cahier des clauses particulières;

Les renseignements complémentaires sur le cahier des charges et tout autre document sont à demander à Mme Cloé KORMAN, Chargée de mission au bureau des études et des évaluations économiques.

Contact : Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles, 69 rue de Varenne, 75007 Paris, cloe.korman@culture.gouv.fr, tél. 01 42 75 56 76 .

6.2 CONTENU DES PLIS:

Les candidats produiront un dossier complet dans une seule enveloppe. Celle-ci portera le nom du candidat et les mentions suivantes : « Candidature Étude Télévisions locales », et contiendra les documents suivants, dans cet ordre:

1. document relatif aux pouvoirs de la personne habilitée pour engager sa société.
2. le document valant « acte d'engagement et cahier des clauses particulières » dûment complété, signé, revêtu du cachet de la société et paraphé sur chaque page, avec son annexe comportant la décomposition du prix, le délai de réalisation et un planning prévisionnel.
3. un mémoire technique présentant la méthodologie retenue, la composition de l'équipe (qualification, références et charges), calendrier, supports et livrables proposés.

Le candidat attributaire du marché devra être en mesure de produire :

- Les pièces prévues aux articles D 8222-5 et D 8222-7 du code du travail ; ces pièces sont à produire tous les six mois jusqu'à la fin de l'exécution du marché ; conformément aux dispositions de l'article D8222-8 du code du travail, ces documents et attestations énumérés à l'article D8222-7 du code du travail sont rédigés en langue française ou accompagnés d'une traduction en langue française.
- Les attestations et certificats délivrés par les administrations et organismes compétents prouvant que le candidat a satisfait à ses obligations fiscales et sociales ou le formulaire DC7 téléchargeable sur le site suivant :
http://www.minefe.gouv.fr/themes/marches_publics/formulaires/index.htm
- Un RIB
- Un extrait Kbis
- S'il le souhaite, le candidat pourra, à l'appui de sa candidature, remplir les formulaires DC4 et DC5 librement téléchargeables sur le site :
http://www.minefe.gouv.fr/themes/marches_publics/formulaires/index.htm

7 CONDITIONS D'ENVOI DES OFFRES

Les offres sont réceptionnées sous pli cacheté. Elles pourront être adressées :

- soit par courrier recommandé avec accusé de réception,
- soit par porteur contre récépissé.

La date limite de réception des offres est fixée au lundi 12 avril 2010 à 16h00.

Les offres doivent être déposées de 10 heures à 12 heures et de 14 heures 30 à 16 heures, à l'adresse suivante :

A l'attention de Cloé KORMAN
Bureau des études et des évaluations économiques
Direction générale des médias et des industries culturelles
Bureau des études et des évaluations économiques
Hôtel de Clermont
69 rue de Varenne
75348 Paris 07 SP

Les plis qui seraient remis après la date et l'heure limite de réception ne sont pas retenus. Ils sont renvoyés à leur auteur.

De même, les plis envoyés par courrier recommandé avec accusé de réception arrivés après la date et l'heure limite de réception ne sont pas retenus. Ils sont renvoyés à leur auteur.

Les plis remis sous enveloppe non cachetée ne sont pas retenus. Ils sont renvoyés à leur auteur.

L'enveloppe portera **impérativement** les mentions suivantes :

Elle devra contenir les pièces énumérées dans le point 6.2 ci-dessus.

RC - Marché pour une étude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France

Le mode de transmission de l'offre est le mode « papier » et non électronique (article 56-I-2eme paragraphe) du code des marchés publics.

8 RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

8.1 PROCEDURES DE RECOURS

8.1.1 Instance chargée des procédures de recours:

Tribunal administratif de Paris, 7 rue Jouy, 75181 Paris Cedex 04, tél: 01 44 59 44 00, courriel: greffe.ta-paris@juradm.fr, télécopieur: 01 44 59 46 46.

8.1.2 Service auprès duquel des renseignements peuvent être obtenus concernant l'introduction des recours:

Tribunal administratif de Paris, 7 rue Jouy, 75181 Paris Cedex 04, tél: 01 44 59 44 00, courriel: greffe.ta-paris@juradm.fr, télécopieur: 01 44 59 46 46.