

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC MARCHÉ DE SERVICES

MARCHÉ A PROCÉDURE ADAPTÉE ARTICLE 28 DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS

OBJET DU MARCHÉ :

Conception, réalisation graphique et visuelle de la communication de l'Opéra de Dijon

REGLEMENT DE LA CONSULTATION

Date et heure limites de réception des candidatures et des offres : le lundi 17 janvier 2011 à 17h00

Service secrétariat général
Marché n° COMM 2010/ 1

REGLEMENT DE LA CONSULTATION

SOMMAIRE

- ARTICLE 1** – Personne Publique
- ARTICLE 2** – Procédure de passation
- ARTICLE 3** – Objet et caractéristiques du marché
- ARTICLE 4** – Contenu du dossier de consultation
- ARTICLE 5** – Présentation des candidatures et des offres
- ARTICLE 6** – Déroulement de la consultation
- ARTICLE 7** – Conditions d’envoi ou de remise des plis
- ARTICLE 8** – Renseignements complémentaires et visite du site
- ARTICLE 9** – Recours

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

ARTICLE 1 – PERSONNE PUBLIQUE

La personne publique contractante est la Régie Personnalisée (EPIC) OPÉRA DE DIJON, représentée par Monsieur Laurent Joyeux, agissant en qualité de directeur.

Numéro Siret : 443 406 244 00022 NAF / 9001 Z

N° de licence d'entrepreneur de spectacles : 2122 877

ARTICLE 2 – PROCÉDURE DE PASSATION

Le marché est passé selon une procédure adaptée en application de l'article 28 du Code des marchés publics dans sa version en vigueur au jour du présent règlement.

Les candidats sont informés que la personne responsable du marché peut, à tout moment, ne pas donner suite à la consultation pour des motifs d'intérêt général.

ARTICLE 3 – OBJET ET CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ

3 – 1 OBJET DU MARCHÉ

L'objet du marché est **la conception, la réalisation visuelle et graphique de la communication de l'Opéra de Dijon.**

3 – 2 FORME DU MARCHÉ

Marché public de services à bons de commandes avec engagement minimum.

Marché unique, pas d'allotissement.

3 – 3 ÉTENDUE DU MARCHÉ

Le montant total des commandes pour la durée du marché est compris entre un minimum et un maximum, définis comme suit :

Montant minimum : 20.000 euros HT sur la durée du marché

Montant maximum : 89.999 euros HT sur la durée du marché

3 – 4 DURÉE DU MARCHÉ

Le contrat est conclu pour une durée de trois saisons (2011/2012, 2012/2013 et 2013/2014) soit 36 mois, il se terminera au plus tard le 1^{er} février 2014.

3 – 5 DÉLAIS D'EXECUTION

La date prévisible pour l'exécution du marché est le mardi 1^{er} février 2011.

3 – 6 DELAI DE VALIDITÉ DE L'OFFRE

Les offres sont valables pour une période de 120 jours à compter de la date limite de remise de l'offre.

3 – 7 LIEU D'EXÉCUTION DU MARCHÉ OU LIEU DE LIVRAISON

Le marché sera exécuté chez le prestataire et livré dans les locaux de l'Opéra de Dijon.

3 – 8 VARIANTES / OPTIONS

Les variantes et les options ne sont pas autorisées dans le cadre du présent marché.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

3 – 9 MODE DE REGLEMENT ET MODALITÉS DE FINANCEMENT

Les prestations seront financées selon les modalités suivantes : financement sur le budget de l'établissement public, paiement selon les règles de la comptabilité publique.

Les sommes dues au(x) titulaire(s) du marché, seront payées dans un délai global de 30 jours à compter de la date de réception des factures ou des demandes de paiement équivalentes.

ARTICLE 4 – CONTENU DU DOSSIER DE CONSULTATION

Le dossier de consultation des entreprises est remis gratuitement à chaque candidat.

4 – 1 COMPOSITION DU DOSSIER DE CONSULTATION

Le dossier de consultation est composé :

- du présent règlement de consultation ;
- du dossier de candidature qui comprend :
 - l'acte d'engagement du candidat (DC3) ;
 - la déclaration du candidat comportant les attestations (DC2) ;
 - la situation du candidat (DC1) ;
- du cahier des clauses administratives particulières (C.C.A.P);
- du cahier des clauses techniques particulières (C.C.T.P);
- du bordereau des prix unitaires.

Fourniture d'exemples visuels, de textes et du logo sur demande du candidat auprès de Sandra Serfati : sserfati@opera-dijon.fr

4 – 2 MODIFICATION DU DOSSIER DE CONSULTATION

Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit d'apporter des modifications de détail au dossier de consultation au plus tard six jours calendaires avant la date limite pour la remise des offres.

Ce délai court à compter de la date d'envoi par la Personne Publique des modifications (non compris le jour d'envoi des modifications et la date limite de remise des offres).

Les candidats devront alors répondre sur la base du dossier modifié sans pouvoir soulever aucune réclamation à ce sujet.

ARTICLE 5 – PRÉSENTATION DES CANDIDATURES ET DES OFFRES

Le dossier sera transmis au moyen d'un seul pli contenant une sous-chemise « candidature » et une sous-chemise « offre ».

Tous les documents doivent être rédigés en langue française ou accompagnés d'une traduction certifiée conforme à l'original.

La devise monétaire du marché est l'euro.

5 – 1 PIÈCES CONSTITUTIVES DE LA SOUS-CHEMISE « CANDIDATURE »

Les candidats peuvent utiliser les formulaires DC1 (lettre de candidature) et DC2 (déclaration du candidat) pour présenter leur candidature. Ces documents sont disponibles gratuitement sur le site www.minefi.gouv.fr. Ils contiendront les éléments indiqués ci-dessous :

Les renseignements concernant la situation juridique de l'entreprise tels que prévus à l'article 44 du Code des marchés publics :

- Copie du ou des jugements prononcés, si le candidat est en redressement judiciaire ;
- Déclaration sur l'honneur pour justifier que le candidat n'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 43 du CMP ;
- Renseignements sur le respect de l'obligation d'emploi mentionnée à l'article L.5212-1 à 4 du code du travail ;

Les renseignements concernant la capacité économique et financière de l'entreprise tels que prévus à l'article 45 du Code des marchés publics :

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

- Déclaration concernant le chiffre d'affaires global et le chiffre d'affaires concernant les fournitures objet du contrat, réalisés au cours des trois derniers exercices disponibles ;

Les renseignements concernant les références professionnelles et la capacité technique de l'entreprise tels que prévus à l'article 45 du Code des marchés publics :

- Déclaration indiquant les effectifs moyens annuels du candidat et l'importance du personnel d'encadrement pour chacune des trois dernières années ;
- Liste des principales fournitures effectuées au cours des trois dernières années, indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé. Les livraisons sont prouvées par des attestations du destinataire ou, à défaut, par une déclaration de l'opérateur économique ;
- Déclaration indiquant l'outillage, le matériel et l'équipement technique dont le candidat dispose pour la réalisation de contrats de même nature.

Chaque candidat aura à produire une sous chemise comprenant les pièces suivantes, datées et signées par lui :

- l'acte d'engagement du candidat (DC3), la déclaration du candidat comportant les attestations (DC2), la situation du candidat (DC1) : à compléter par les représentants qualifiés des entreprises ayant vocation à être titulaire du contrat;
- le cahier des clauses techniques particulières (C.C.T.P), cahier ci-joint à accepter sans aucune modification daté et signé;
- le cahier des clauses administratives particulières (C.C.A.P), cahier ci-joint à accepter sans aucune modification daté et signé;

NOTA : Lors de l'examen des candidatures, s'il est constaté que des pièces visées ci-dessus sont manquantes ou incomplètes, le pouvoir adjudicateur peut décider de demander à tous les candidats concernés de produire ou compléter ces pièces dans un délai de 24h impérativement. Les autres candidats en seront également informés, et ont de ce fait la possibilité de compléter leur candidature s'ils le souhaitent dans le même délai.

5 – 2 PIÈCES CONSTITUTIVES DE LA SOUS-CHEMISE « OFFRE »

Un projet de marché comprenant :

- un « Book/Portfolio » permettant de déterminer l'offre correspondant au mieux aux besoins de l'Opéra de Dijon au regard des critères définis à l'article 6 du présent règlement de la consultation. Ce « Book/Portfolio » consiste en un dossier de réalisations de visuels, de maquettes et chartes graphiques, abouties dans un cadre professionnel. Le candidat aura pris soin de sélectionner dans ce book les travaux qu'il estime les plus en rapport avec ses futures propositions visuelles et graphiques pour l'Opéra de Dijon ;
- une note d'intention (3 700 mots maximum) comprenant une description et des références précises sur l'univers graphique et visuel propre au prestataire ou aux artistes qu'il envisage de faire intervenir sur la communication de l'Opéra. La note argumentera également comment cet univers visuel pourrait constituer une direction artistique cohérente avec les enjeux de communication de l'Opéra de Dijon en prenant en compte les critères définis à l'article 6 du présent règlement de la consultation ;
- exemples développés par le candidat à partir des visuels fournis et textes fournis pour une affiche, 4 pages d'un programme de salle, une double page de brochure et tous autres documents souhaités par le candidat.
- un bordereau des prix unitaires complété.

Dans l'hypothèse où plusieurs offres seraient jugées intéressantes et considérées comme équivalentes, de nouvelles offres seront demandées au candidat ; l'administration pourra également demander de préciser le contenu des offres.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

Si la personne responsable du marché constate que des pièces dont la production est réclamée sont absentes ou incomplètes, elle pourra décider de demander par télécopie ou mail à tous les candidats concernés de produire ou de compléter ces pièces dans un délai de 24 h impérativement. Cet envoi des documents par télécopie ou mail sera confirmé par courrier, dans les 24 h qui suivent.

ARTICLE 6 – DÉROULEMENT DE LA CONSULTATION

La sélection des candidatures et le jugement des offres seront effectués dans le respect des principes fondamentaux de la commande publique.

6 – 1 SÉLECTION DES CANDIDATURES

Les critères intervenant pour la sélection des candidatures sont :

Garanties et capacités techniques et financières Capacités professionnelles

Les candidatures sont appréciées au regard de l'intensité de l'activité de l'Opéra qui nécessite une grande disponibilité du prestataire, et des moyens techniques et humains suffisants pour répondre dans des délais courts, à plusieurs demandes en simultané, avec la même exigence de qualité.

6 – 2 SÉLECTION DES OFFRES

Les offres seront sélectionnées en fonction des critères objectifs suivants :

Critères	Pondération
Bordereau de prix : prix	30 %
Book/Portfolio et note d'intention :	25%
-qualité artistique / cohérence de l'univers visuel et graphique du candidat avec l'activité de l'Opéra	5 %
-modernité / créativité de l'univers visuel et graphique du candidat	5 %
-clarté / accessibilité de l'univers visuel et graphique du candidat	5%
-originalité / visibilité de l'univers visuel et graphique du candidat	10%
- propositions fournies par le candidat	45%

Le but à atteindre du présent marché est de concevoir et réaliser la communication graphique et visuelle de l'Opéra de Dijon selon les critères suivants, qui seront déterminants dans le choix du prestataire :

- qualité artistique / cohérence avec l'activité artistique de l'Opéra :

L'opéra est un lieu de création artistique et de représentation. Il revendique la haute qualité artistique de ses propositions. Sa communication visuelle et graphique doit être cohérente avec cette vocation artistique et son ancrage sur le territoire

- modernité / créativité :

La communication visuelle de l'Opéra de Dijon doit traduire sa volonté de défendre une vision moderne et créative de l'art lyrique et du spectacle vivant en général.

- clarté / accessibilité :

Soucieux de rendre accessible à tous les publics son projet artistique, l'Opéra de Dijon se doit d'adopter une communication visuelle qui mette concrètement en œuvre cette volonté. Clarté et accessibilité ne signifiant en aucun cas perte de qualité.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

visibilité originalité :

L'Opéra de Dijon souhaite que le prestataire puisse dégager pour l'Opéra une identité forte et créative dans le paysage local et artistique en général.

L'offre culturelle étant multiple sur le territoire, la communication de l'Opéra doit se démarquer compte tenu d'une saturation d'information culturelle dans les médias.

L'Opéra de Dijon veillera à la cohérence du projet en fonction des critères priorisés ci-dessous. Le point de vue du photographe en résidence, Gilles Abegg, devra faire partie intégrante des propositions remises. Gilles Abegg sera présent lors du dépouillage des offres.

L'Opéra de Dijon dispose de la faculté de recourir à la négociation avec les candidats afin de retenir l'offre économiquement la plus avantageuse pour l'exécution du présent marché. Ces négociations pourront porter sur toutes les caractéristiques du marché et notamment, sur les aspects du prix, des délais ou de la qualité technique des services. Cette négociation aura alors lieu dans des strictes conditions d'égalité.

L'offre la mieux classée sera retenue à titre provisoire sous réserve que le ou les candidats produisent les certificats et attestations des articles 46-I et 46-II du Code des marchés publics. Le délai imparti par le pouvoir adjudicateur pour remettre ces documents ne pourra être supérieur à 10 jours.

On rappelle les principes qui doivent être pris en compte dans la constitution du Book/Portfolio et de la note d'intention:

La communication de l'Opéra de Dijon préexistante

En 3 saisons d'existence, l'Opéra de Dijon s'est doté d'une charte graphique et d'une identité visuelle très bien identifiées par son public et ses partenaires, qu'il souhaite renouveler. Le prestataire pourra choisir de proposer ou de ne pas proposer une interprétation nouvelle de la charte existante et du logo actuel de l'Opéra.

L'utilisation par l'Opéra de Dijon des documents et fichiers réalisés

Le prestataire cède ses droits d'auteurs pour l'ensemble des réalisations graphiques, qui pourront être utilisés dans le cadre des campagnes de communication de l'Opéra dans les médias, sur le Web et sur tous types de supports de communication (connus ou inconnus). Le prestataire garantit que les réalisations graphiques sont entièrement personnelles et originales et ne portent atteinte à aucun tiers.

Les réalisations graphiques pourront être utilisées dans tous type de supports conçus et réalisées par le prestataire lui-même ou conçus et réalisés en interne à l'Opéra de Dijon.

Le prestataire conçoit et réalise les supports de communication de l'Opéra de Dijon à partir des visuels créés par le prestataire lui-même ou sans visuels ou à la demande de l'Opéra de Dijon avec les textes et photographies fournis par l'Opéra de Dijon.

Compte tenu de la multiplicité des supports qu'il édite, l'Opéra de Dijon réalise une partie de sa communication en interne. Le prestataire concevra donc les documents de communication de l'Opéra de Dijon selon un principe de déclinaison simple, adaptable par l'équipe de l'Opéra d'un point de vue technique et esthétique, et clairement identifiable sur tous types de supports, connus et inconnus. L'Opéra de Dijon se réserve le droit de ne pas réaliser certains documents mentionnés à l'article 2 du cahier des clauses techniques particulières ou de les réaliser en interne.

Le prestataire remettra pour tous les documents mentionnés ci-dessus les fichiers sources en haute définition, conçus selon des critères techniques établis en concertation avec le Secrétariat Général de l'Opéra de Dijon, les imprimeurs et tout autre intervenant dans la réalisation des dits documents. Ces critères techniques pourront avoir trait aux logiciels utilisés, à la préparation des fichiers pour l'impression ou à la transformation de fichiers selon les besoins de la communication de l'Opéra de Dijon, compte tenu des moyens techniques de l'Opéra définis à l'article 1-1 du CCTP (État des lieux technique).

Le prestataire garantit à l'Opéra de Dijon la jouissance paisible de tous les documents graphiques et visuels mentionnés ci-dessus, réalisés selon la charte de l'Opéra et utilisés lors des campagnes de communication de l'Opéra sur tous types de supports connus ou inconnus (affiches, encarts presse, flyers, programmes, site Internet, newsletters, spot de saison, CD, DVD, objets dérivés etc.)

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

Les tarifs :

L'Opéra de Dijon sera attentif aux tarifs proposés et se réserve le droit de demander au titulaire du marché des devis supplémentaires pour de nouveaux visuels ou supports de communication.

Les prix indiqués dans le bordereau des prix s'entendent livraison sans frais de port chez les imprimeurs ou à l'Opéra de Dijon.

ARTICLE 7 – CONDITIONS D'ENVOI OU DE REMISE DES PLIS

L'envoi du pli contenant la sous-chemise « candidature » et la sous-chemise « offre » peut se faire de différentes manières :

-Le pli peut être acheminée par courrier à l'adresse sus indiquée ;

-Le pli peut être déposé contre récépissé directement à l'attention de Monsieur Matthieu DUSSOUILLEZ responsable du contrôle de gestion. Ce dépôt se fera dans les horaires du service à savoir de 9h à 12H30 et de 14h à 18h du lundi au vendredi.

Dans tous les cas, un accusé de réception sera délivré, en double exemplaire : un pour la Direction Administrative et Financière, un remis au candidat le jour du dépôt physique de la candidature et de l'offre ou par courrier pour les candidatures et offres reçues par courrier.

En cas de production hors délais du pli, il n'y aura pas d'ouvertures du dit pli. L'entreprise en sera informée par courrier.

Le pli devra être présenté sous enveloppe cachetée contenant les pièces requises par le présent règlement et libellée de la façon suivante:

Nom et adresse du candidat

**OPERA DE DIJON
Direction Administrative et Financière
Marchés Publics
11, boulevard de Verdun
21 000 Dijon**

Objet du marché : Conception, réalisation visuelle et graphique de la communication de l'Opéra de Dijon

Marché n° COMM 2010/ 1

« NE PAS OUVRIR AVANT LA SÉANCE D'OUVERTURE DES PLIS »

La date limite de remise des plis est le lundi 17 janvier 2011 à 17 h. Pour les plis transmis par voie postale, le délai d'acheminement est compris dans le délai de remise des plis, la date de réception par l'Opéra de Dijon faisant foi.

Aucune transmission électronique n'est autorisée pour cette consultation.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

ARTICLE 8 - RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

Pour tous renseignements complémentaires concernant le déroulement de la procédure, merci de contacter:

Renseignements administratifs : Matthieu Dussouillez
Responsable du budget et du contrôle de gestion
mdussouillez@opera-dijon.fr

Renseignements techniques : Sandra Serfati
Responsable de communication
sserfati@opera-dijon.fr

ARTICLE 9 - RECOURS

Instance chargée des procédures de recours :

Tribunal Administratif de Dijon sis 22, rue d'Assas BP 61616 21016 Dijon, téléphone : 03.80.73.91.00
Fax : 03.80.73.39.89 mail : greffe.ta.dijon@juradm.fr.

— Tout recours gracieux peut être adressé au pouvoir adjudicateur à l'adresse visée au présent avis, dans un délai de deux mois à compter de la date de notification d'une décision.

Dans les conditions fixées par le Code de justice administrative français (Cja), peuvent être formés devant la juridiction visée au présent avis :

— un référé précontractuel depuis le début de la procédure de passation jusqu'à la signature du contrat (art L551-1 Cja) ;

— un référé contractuel dans un délai d'un mois à compter de la notification du contrat ou de la publication d'un avis d'attribution, et jusqu'à l'expiration d'un délai de six mois à compter du lendemain du jour de la conclusion du contrat en l'absence de cette notification ou publication (art L551-13 Cja) ;

— un recours en excès de pouvoir formé contre une décision, dans les deux mois à partir de la notification ou de la publication de la décision attaquée (art. R421-1 Cja), ou à partir d'une décision implicite de rejet (art.R421-2 Cja) ;

— un recours de plein contentieux contre une décision de rejet, dans un délai de deux mois à compter de la date de notification de cette décision (art. R421-3 Cja).

Des délais supplémentaires de distance s'ajoutent au délai de deux mois dans les cas prévus à l'article R421.7 cja ;

— pour les concurrents évincés et après la signature du contrat, un recours de pleine juridiction dans un délai de deux mois à compter de l'accomplissement des mesures de publicité en application de l'arrêt du Conseil d'Etat, n° 291545, 16.7.2007, Société Tropic Travaux Signalisation.

Établi le 28 décembre 2010,

Le Directeur
Laurent JOYEUX

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC MARCHÉ DE SERVICES

MARCHÉ A PROCÉDURE ADAPTÉE
ARTICLE 28 DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS

OBJET DU MARCHÉ :

Conception, réalisation graphique et visuelle de la communication de l'Opéra de Dijon

CAHIER DES CLAUSES ADMINISTRATIVES PARTICULIÈRES

Service secrétariat général
Marché n° COMM 2010/ 1

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

CAHIER DES CLAUSES ADMINISTRATIVES PARTICULIÈRES

- ARTICLE 1 :** Objet de la consultation – dispositions générales
- ARTICLE 2 :** Pièces constitutives du marché
- ARTICLE 3 :** Prix du marché
- ARTICLE 4 :** Conditions et délais d'exécution des prestations
- ARTICLE 5 :** Mode de règlement
- ARTICLE 6 :** Obligations de l'Opéra
- ARTICLE 7 :** Obligations du prestataire
- ARTICLE 8 :** Pénalités
- ARTICLE 9 :** Éléments / Documents remis à l'Opéra
- ARTICLE 10 :** Résiliation
- ARTICLE 11 :** Assurances
- ARTICLE 12 :** Recours
- ARTICLE 13 :** Dérogation au C.C.A.G

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

ARTICLE 1 –OBJET DE LA CONSULTATION – DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1-1 OBJET DU MARCHÉ

Les stipulations du présent des clauses administratives particulières (C.C.A.P) concernent :

La conception, la réalisation visuelle et graphique de la communication de l'Opéra de Dijon.

1-1 FORME DU MARCHÉ

Marché public de services à bons de commandes avec engagement minimum.

Marché unique, pas d'allotissement.

1-2 DUREE DU MARCHE

Le contrat est conclu pour une durée de trois saisons (36 mois) et se terminera au plus tard le 1 février 2014.

ARTICLE 2 – PIECES CONSTITUTIVES DU MARCHE

Les pièces constitutives du marché sont les suivantes :

- Règlement de consultation ;
- Cahier des charges administratives particulières (C.C.A.P) ;
- Cahier des clauses techniques particulières (C.C.T.P) ;
- Acte d'engagement

2-1 PIECES GENERALES

- Codes des marchés publics
- Cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de fournitures courantes et services (C.C.A.G.F.C.S).

ARTICLE - 3 PRIX DU MARCHÉ

3-1 CARACTERISTIQUES DES PRIX PRATIQUES

Les services faisant l'objet du présent marché seront réglés par application des prix unitaires établi par le Titulaire figurant en annexe 1 des C.C.T.P.

Ces prix comprennent les frais correspondants à l'obligation faire au Titulaire de maintenir les moyens d'intervention suffisants en matériels, en produits ainsi qu'en personnel en vue d'assurer l'ensemble de ses prestations.

3-2 MODALITES DE VARIATION DES PRIX

Les prix du marché sont réputés établis sur la base des conditions économiques du mois de janvier 2011.

Les prix sont fermes et non actualisables.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

ARTICLE 4 – CONDITIONS ET DELAIS D'EXECUTION DES PRESTATIONS

Les prestations devront être conformes aux stipulations du marché (les normes et spécifications techniques applicables étant celles en vigueur à la date du marché).

La date prévisible pour le commencement d'exécution du marché sera le 1 février 2011.

Une prolongation d'exécution peut être accordée par le pouvoir adjudicateur dans les conditions de l'article 13.3 du C.C.A.G.F.C.S.

ARTICLE 5 – MODE DE REGLEMENT

Les prestations seront financées selon les modalités suivantes : financement sur le budget de l'établissement public, paiement selon les règles de la comptabilité publique.

5-1 LA FACTURATION

La facturation des prestations est effectuée sur la base du bordereau des prix unitaires établi entre les parties. La facturation aura lieu à la remise de chaque type de support.

5-2 DELAI DE REGLEMENT

Le paiement se fait par virement à l'Agence Comptable dans un délai global de 30 jours à compter de la date de réception des demandes de paiement équivalente. En cas de retard de paiement aux termes fixés, les sommes dues porteront intérêts de plein droit sur la base du taux d'intérêt légal, en vigueur à la date à laquelle les intérêts ont commencé à courir. Ces intérêts pourront être majorés de 0 à 2 points.

Ce délai prolongé en cas d'erreur sur une prestation ou de la contestation sur le montant de la prestation et sur le montant. Le délai commencera à courir à compter de l'accord commun des parties sur la facture litigieuse.

5-3 PRESENTATION DES DEMANDES DE PAIEMENT

Le paiement s'effectuera selon les règles de la comptabilité publique.

La facture sera adressée et libellée à l'ordre de :

OPERA DE DIJON
11, boulevard de Verdun
21 000 Dijon

La facture afférente au paiement sera établie en un original et deux copies, portant les indications suivantes :

- Le nom et l'adresse du titulaire
- Les références du marché
- Le numéro de compte à créditer
- La référence du bon de commande
- La date d'exécution des prestations
- La désignation des prestations effectuées
- Le prix total hors taxes avec le détail correspondant aux prestations exécutées.
- Le taux et le montant de la TVA
- Le montant total de la TVA comprise
- La date d'établissement de la facture

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

5-4 COMPTE A CREDITER

Le titulaire du marché demande que la personne publique règle les sommes dues au titre du présent marché en faisant porter le montant au crédit du (des) compte(s) précisé(s) ci-après par virement de l'Agence comptable :

Au nom de :

Numéro :Clé RIB :Code guichet :

Code Banque :Banque :

Ou

Centre des chèques postaux de

5-5 COMPTABLE ASSIGNATAIRE

Le comptable public assignataire des paiements est :

M. l'Agent Comptable de l'EPIC Opéra de Dijon

ARTICLE 6 – OBLIGATIONS DE L'OPERA

Un travail en étroite collaboration entre le prestataire et le Secrétariat Général et le directeur général et artistique de l'Opéra est indispensable.

L'Opéra de Dijon s'engage à fournir pour chaque document à réaliser des briefs précis avant chaque commande, précisant les délais, les contenus, les directives d'exécution, la procédure de validation, la procédure de transmission des fichiers, etc.

L'Opéra de Dijon s'engage à régler les différentes prestations dans les délais indiqués à l'article 5-2 du présent cahier des clauses administratives particulières.

L'Opéra de Dijon s'engage à respecter ses délais de transmissions des informations, afin de laisser le temps nécessaire au titulaire, pour réaliser ses prestations.

ARTICLE 7 – OBLIGATION DU PRESTATAIRE

Le titulaire du marché cèdera forfaitairement ses droits d'auteurs à l'Opéra de Dijon pour l'ensemble des visuels et supports de communication remis et validés par l'Opéra de Dijon représenté par M. Laurent Joyeux, Directeur.

Le prestataire garantit à l'Opéra de Dijon, après acceptation des documents et règlements, la jouissance paisible des différentes maquettes graphiques réalisées dans le cadre de ses campagnes de communication pour les saisons 2011-2012, 2012-2013 et 2013-2014, pour tout support connu ou inconnu à ce jour, notamment, affiches, encarts presse, flyers, programmes, site internet, spot de saison, CD, DVD, etc...

L'Opéra de Dijon est une structure qui crée et accueille des spectacles vivants, en évolution permanente jusqu'au jour de la création. Sa communication est le reflet de cet état de fait. Le prestataire devra donc faire preuve d'une grande réactivité et s'engage à respecter les délais d'exécution précisés lors de chaque ordre de service. Il devra également faire preuve de souplesse pour s'adapter aux délais mentionnés à l'article 2 du C.C.T.P, qui sont susceptibles de modification selon les besoins de la programmation artistique de l'Opéra de Dijon.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

Enfin le prestataire devra faire preuve d'une grande disponibilité tout au long de la saison et de souplesse pour intégrer d'éventuelles commandes de l'Opéra de Dijon en cours de saison. Pour toute commande supplémentaire, le délai de réalisation sera précisé au moment de la commande.

Le titulaire s'engage à associer l'Opéra de Dijon à chaque étape de la conception et de la réalisation des visuels et des supports de communication, en soumettant à l'Opéra de Dijon des notes d'intentions, croquis, prémaquettes, maquettes selon un calendrier défini en concertation avec le Secrétariat Général.

Le prestataire s'engage à intégrer 3 jeux de corrections minimums pour chacun des supports réalisés.

Il est indispensable que le prestataire soit prêt à faire évoluer ses propositions en fonction des remarques et des attentes de l'Opéra de Dijon.

Le prestataire s'engage à assurer le suivi technique des visuels et supports de communications réalisés jusqu'à la prise en charge par l'imprimeur et au BAT.

ARTICLE 8 – PENALITES

En cas de mauvaise exécution du marché, notamment lorsque le délai contractuel comme il est dit aux articles 4 et 7 ci-dessus, est dépassé, et qu'aucune solution à l'amiable n'a pu aboutir entre les deux parties, le titulaire encourt, sans mise ne demeure préalable, une pénalité calculée par application de la formule suivante :

$P = V \times R / 100$, dans laquelle :

P = le montant de la pénalité ;

V = la valeur des prestations sur laquelle est calculée la pénalité, cette valeur étant égale à la valeur de règlement 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.

En cas de refus de livraison ou de prestation, l'Opéra de Dijon fera effectuer ses prestations là où bon lui semblera.

En cas de différence de prix supérieur au montant prévu, celle-ci sera mise de plein droit à la charge du titulaire du marché défaillant.

ARTICLE 9 – ELEMENTS / DOCUMENTS REMIS A L'OPERA

Les fichiers sources informatiques relatifs aux différents supports seront remis par les prestataires à l'Opéra de Dijon, avec les images et polices afférentes. Les fichiers sources des visuels peuvent être demandés en format TIFF haute définition incluant les calques. Tous les fichiers remis doivent être réutilisables et modifiables en interne par le Secrétariat Général de l'Opéra de Dijon et compatibles avec les moyens techniques disponibles en interne listés dans l'État des lieux.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

ARTICLE 10 – RESILIATION

La personne publique peut à tout moment, qu'il y ait ou non faute du titulaire, mettre fin à l'exécution des prestations faisant l'objet du marché avant l'achèvement de celles-ci, par une décision de résiliation du marché.

Sauf dans les cas de résiliation prévus aux articles 10-1 à 10-4, le titulaire a droit à être indemnisé du préjudice qu'il subit du fait de cette décision comme il est dit à l'article 10-7. La résiliation du marché ne fait pas obstacle à l'exercice des actions civiles ou pénales qui pourraient être intentées au titulaire à raison de ses fautes.

ARTICLES 10-1 – DECES OU INCAPACITE CIVILE DU TITULAIRE

En cas de décès ou d'incapacité civile du titulaire, la résiliation du marché est prononcée, sauf si la personne responsable du marché accepte la continuation du marché par les ayants droit, le tuteur ou le curateur. La résiliation, si elle est prononcée, prend effet à la date du décès ou de l'incapacité civile

Dans les cas prévus au présent article, la résiliation n'ouvre droit au titulaire ou ses ayants droit à aucune indemnité.

ARTICLE 10-2 REDRESSEMENT JUDICIAIRE OU LIQUIDATION JUDICIAIRE

En cas de redressement judiciaire ou de liquidation judiciaire, le marché peut être résilié dans les conditions prévues par la loi n° 85-98 du 25 janvier 1985 modifiée.

ARTICLE 10-3 RESILIATION POUR INCAPACITE PHYSIQUE OU SUR DEMANDE DU TITULAIRE

Le marché peut être résilié sans que le titulaire puisse prétendre à indemnité :

- a) En cas d'incapacité physique manifeste et durable du titulaire compromettant la bonne exécution du marché ;
- b) En cas d'événement ne provenant pas d'un fait d'un titulaire qui rend absolument impossible l'exécution du marché, si le titulaire le demande.

ARTICLE 10-4 RESILIATION AUX TORTS DU TITULAIRE

Le marché peut être résilié aux torts du titulaire sans que celui-ci ne puisse prétendre à indemnité :

- a) Lorsque le titulaire a sous-traité en contrevenant aux dispositions des C.C.T.P ;
- b) Lorsqu'il a contrevenu à la législation ou à la réglementation du travail ;
- c) Lorsque le titulaire déclare, indépendamment des cas prévus par l'article 10-1 à 10-3, ne pas pouvoir exécuter ses engagements ;
- d) Lorsque le titulaire ne s'est pas acquitté de ses obligations dans les délais prévus ;
- e) Lorsque le titulaire s'est livré à l'occasion de son marché à des actes frauduleux sur la nature, la qualité ou la quantité des prestations ;
- f) Lorsque, postérieurement à la conclusion du marché, le titulaire a été exclu de toute participation aux marchés de la personne publique ;
- g) Lorsque le titulaire a contrevenu aux obligations de discrétion ;

La décision de résiliation, dans un cas prévu ci-dessus, ne peut intervenir qu'après que le titulaire a été informé de la sanction envisagée et invité à présenter ses observations dans un délai de quinze jours. En outre, dans les cas prévus aux b, c, e cités ci-dessus, une mise en demeure, assortie d'un délai d'exécution, doit avoir été préalablement notifié au titulaire et être restée infructueuse.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

ARTICLE 10-5 DATE D'EFFET DE LA RESILIATION

Sauf dans les cas prévus aux articles 10-2 et 10-3, la résiliation prend effet à la date fixée dans la décision ou, à défaut d'une autre date, à la date de notification de cette décision.

ARTICLE 10-6 LIQUIDATION DU MARCHE RESILIE

Le marché résilié est liquidé en tenant compte, d'une part des prestations terminées et admises et, d'autre part, des prestations en cours d'exécution dont la personne responsable du marché accepte l'achèvement.

Le décompte de liquidation du marché qui contient éventuellement l'indemnité fixée à l'article 10-7 est arrêté par décision de la personne publique et notifié au titulaire.

Sans attendre la liquidation définitive, il peut procéder à une liquidation provisoire du marché. Si le solde que fait apparaître la liquidation provisoire est créditeur, la collectivité mandate au profit du titulaire 80 p.100 du montant de ce solde ; si le solde est débiteur, elle exige du titulaire le reversement immédiat de 80 p.100 de ce solde.

ARTICLE 10-7 CALCUL DE L'INDEMNITE EVENTUELLE DE RESILIATION

Si, en application de l'article 10, le titulaire peut prétendre à indemnité, il doit présenter une demande écrite, dûment justifiée dans le délai d'un mois à compter de la notification de la décision de résiliation. Le montant de l'indemnité de résiliation est obtenu en appliquant au montant initial du marché diminué du montant non révisé des prestations admises un pourcentage de 4 p.100. Toutefois, aucune indemnité n'est due si la résiliation est suivie de l'attribution, par la personne publique, d'un nouveau marché au titulaire.

ARTICLE 11 – ASSURANCES

Dans un délai de quinze jours à compter de la notification du marché et avant tout commencement d'exécution, le titulaire devra justifier qu'il est couvert par un contrat d'assurance au titre de la responsabilité civile découlant des articles 1382 à 1384 du Code civil.

Il devra donc fournir une attestation de son assureur justifiant qu'il est à jour de ses cotisations et que sa police contient les garanties en rapport avec l'importance de la prestation.

A tout moment durant l'exécution de la prestation, le titulaire doit être en mesure de produire cette attestation, sur demande du pouvoir adjudicateur et dans un délai de quinze jours à compter de la réception de la demande.

ARTICLE 12 – RECOURS

Instance chargée des procédures de recours :

Tribunal Administratif de Dijon sis 22, rue d'Assas BP 61616 21016 Dijon, téléphone : 03.80.73.91.00 Fax : 03.80.73.39.89 mail : greffe.ta.dijon@juradm.fr.

- Tout recours gracieux peut être adressé au pouvoir adjudicateur à l'adresse visée au présent avis, dans un délai de deux mois à compter de la date de notification d'une décision.
- Dans les conditions fixées par le Code de justice administrative français (Cja), peuvent être formés devant la juridiction visée au présent avis :
- Un référé précontractuel depuis le début de la procédure de passation jusqu'à la signature du contrat (art.L551-1 Cja) ;

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

- Un référé contractuel dans un délai d'un mois à compter de la notification du contrat ou de la publication d'un avis d'attribution, et jusqu'à l'expiration d'un délai de six mois à compter du lendemain du jour de la conclusion du contrat en l'absence de cette notification ou publication (art.L551-13 Cja) ;
- Un recours en excès de pouvoir formé contre une décision, dans les deux mois à partir de la notification ou de la publication de la décision attaquée (art.R421-1 Cja), ou à partir d'une décision implicite de rejet (art.421-2 Cja) ;
- Un recours de plein contentieux contre une décision de rejet, dans un délai de deux mois à compter de la date de notification de cette décision (art.R421-3 Cja).

Des délais supplémentaires de distance s'ajoutent au délai de deux mois dans les cas prévus à l'article R421.7 Cja ;

- Pour les concurrents évincés et après la signature du contrat, un recours de pleine juridiction dans délai de deux mois à compter de l'accomplissement des mesures de publicité en application de l'arrêt du Conseil d'État, n° 291545, 16.7.2007, Société Tropic Travaux Signalisation.

ARTICLE 13 – DEROGATIONS AU C.C.A.G

Sans objet,

Fait à Dijon

, le 28 décembre 2010

Opéra de Dijon
LE DIRECTEUR
Laurent JOYEUX

L'Attributaire

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC MARCHÉ DE SERVICES

MARCHÉ A PROCÉDURE ADAPTÉE
ARTICLE 28 DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS

OBJET DU MARCHÉ :

Conception, réalisation graphique et visuelle de la communication de l'Opéra de Dijon

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Service secrétariat général
Marché n° COMM 2010/ 1

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : État des lieux

ARTICLE 2 : Modalités d'exécution

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

ARTICLE 1 – ÉTAT DES LIEUX

L'Opéra de Dijon

L'Opéra de Dijon, régie personnalisée (EPIC) doté d'un budget de dix millions et demi d'euros pour une équipe permanente de 110 personnes, propose plus d'une centaine de représentations par saison. Il accueille et réalise 4 ou 5 productions lyriques par an, parfois suivies de tournées, et accueille plus d'une cinquantaine de concerts et entre dix et quinze de spectacles de danse. Il développe une programmation artistique innovante avec pour objectif de toucher un public large et diversifié.

L'Opéra de Dijon est subventionné par la Ville de Dijon, le Conseil régional de Bourgogne, le Ministère de la Culture – DRAC Bourgogne, et le Conseil général de la Côte d'Or.

L'Opéra de Dijon bénéficie également du soutien financier d'entreprises qui souhaitent associer leur image à la sienne dans le cadre du mécénat ou de partenariats.

Le projet artistique de l'Opéra de Dijon

L'Opéra de Dijon dispose de deux salles à l'acoustique exceptionnelle : l'Auditorium (1611 places), reconnu par tous comme l'une des meilleures d'Europe, et le Grand Théâtre (700 places).

L'ambition de l'Opéra de Dijon est de proposer un projet musical, lyrique et chorégraphique fort et novateur. Ainsi, en accueillant à l'Auditorium et en tissant des liens particuliers avec les plus grandes phalanges européennes (London Philharmonic Orchestra, London Symphony Orchestra, New York Philharmonic Orchestra, Royal Concertgebouw Orchestra Amsterdam, Anima Eterna Brugge, Chamber Orchestra of Europe...) sous la baguette des chefs les plus prestigieux, avec des projets conçus par et pour les plus grands interprètes (Valery Gergiev, Vadim Repin, Emmanuelle Haïm, Tatania Monogarova, Stefano Antonucci, Camilla Tilling, Sonya Yoncheva, Krystian Zimerman, Joshua Bell, Sophie Karthäuser, Jos van Immerseel, les Quatuors Ebène, Belcea, Hagen...), l'Opéra de Dijon s'affirme désormais comme un lieu incontournable de vie musicale européenne.

L'Opéra de Dijon encourage également la création par des commandes régulières à des compositeurs : Régis Campo, Brice Pauset, Marc-André Dalbavie, Thierry Escaich... L'Opéra de Dijon, en réalisant quatre à six productions par an, en s'ouvrant au répertoires baroques et contemporains, en collaborant régulièrement avec de grandes institutions françaises et européennes entend devenir un espace privilégié de rencontre et de vie. L'art lyrique, par son interdisciplinarité même, peut alors être un lieu de dialogue, d'échanges, de partage, de réflexion. De nombreuses actions pédagogiques, expositions se déploient autour des spectacles renforçant l'ouverture aux spectateurs de tous horizons.

La danse contemporaine a une place de choix en encourageant de jeunes créateurs et en accueillant les dernières créations des grands chorégraphes internationaux. L'Opéra de Dijon a fait aussi le choix d'accueillir en résidence David Grimal et l'ensemble Les Dissonances. La qualité exceptionnelle des musiciens, des programmes élaborés par cet ensemble et le talent de David Grimal créent des instants privilégiés et permettent de s'enrichir mutuellement de rencontres artistiques, musicales, humaines. Un lien nouveau et régénéré peut alors se créer avec le public, autour de valeurs humanistes partagées, loin de démarches purement commerciales et des carrières internationales bien remplies des musiciens.

L'Opéra de Dijon a également à cœur de favoriser le rapprochement entre les différentes créations de l'esprit. Ainsi, chaque spectacle donne lieu à des ouvertures vers le domaine littéraire et philosophique. Par exemple, les programmes de salle comportent déjà des propositions de guides et de repères à destination du public. Pour les saisons de 2011 à 2014, le projet de l'Opéra et d'intensifier le travail de correspondances entre le monde du spectacle vivant et les univers littéraire et humaniste.

Enfin, l'Opéra de Dijon, en partenariat avec des auteurs et éditeurs, espère développer une politique éditoriale originale, à partir de certains thèmes de ses saisons artistiques. L'écrit, la transmission des savoirs, l'ouverture à d'autres univers intellectuels sont centraux dans la démarche artistique de l'Opéra, car autant de clés, de portes ouvertes vers le partage pour tous de l'émotion, et de la connaissance.

L'Opéra de Dijon mène également une politique tarifaire extrêmement attractive : plus de 27% des billets vendus sont à 5 euros. Le public jeune est très présent : 30% du public a moins de 26 ans. L'Opéra de Dijon entend ainsi participer à la construction d'une Europe de la Culture exigeante et humaniste.

Les objectifs de la communication de l'Opéra de Dijon :

Objectifs de communication auprès des publics :

- Faire venir les publics à la rencontre du projet artistique de l'Opéra et les fidéliser afin d'assurer une fréquentation stable et équilibrée ;
- Répondre aux missions d'ouverture de l'Opéra de Dijon à un public large et diversifié ;

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

Conquérir de nouveaux publics.

La tranche d'âge des moins de 30 ans est une cible importante parmi les « nouveaux publics ».

Objectifs de communication institutionnelle :

- Défendre l'image de l'Opéra auprès des institutionnels, professionnels et partenaires
- Développer les liens entre l'Opéra et son environnement culturel, notamment les autres scènes de la région, tout en marquant la spécificité de son projet artistique.
- Favoriser le rayonnement national et international de l'Opéra, notamment par le biais des médias et nouveaux médias.

Caractéristiques de la communication de l'Opéra de Dijon :

Depuis 2008, l'Opéra de Dijon a le souci d'affirmer dans sa communication visuelle l'originalité et la continuité de son projet artistique grâce notamment aux travaux de son photographe en résidence. L'Opéra de Dijon souhaite cependant faire évoluer la charte graphique afin qu'elle épouse pleinement les nouvelles caractéristiques et thématiques artistiques et les besoins nouveaux liés aux activités des futures saisons, et notamment le volet lié à sa politique éditoriale. La créativité et l'innovation devront être au cœur de la nouvelle identité visuelle du lieu. La conception et la réalisation des visuels de saison devront tenir compte du projet photographique du photographe en résidence, Gilles ABEGG. Inscrit dans la durée et dans la politique de communication depuis trois années de l'Opéra de Dijon, il représente un élément majeur de l'identité visuelle de la structure auprès des publics, des professionnels et de l'institution.

Les échéances de la communication autour d'une saison de spectacle sont les suivantes :

1 – Mars à septembre : communication dite de « lancement de saison »

Chaque année, l'Opéra de Dijon crée un événement autour de la présentation des spectacles de la saison à venir. C'est la phase majeure de sa communication, qui se déroule comme suit :

- entre mars et avril : présentation à la presse et aux médias locaux, nationaux, internationaux et nouveaux médias, présentation aux abonnés de la saison précédente en vue de leur réabonnement ;
- début mai : lancement tout public de la campagne d'abonnements, début juin et ouverture des locations pour les publics individuels (qui ne s'abonnent pas).

2 – Septembre à juin: communication périodique autour de la saison

L'actualité de l'Opéra de Dijon de septembre à juin est relayée auprès des publics par une communication spectacle par spectacle :

- par une campagne visuelle qui met l'accent sur une création lyrique, sur un concert, ou un spectacle danse
- par un tract pour certains spectacles qui constituent un événement particulier dans la saison et met en avant l'actualité du lieu
- par des relances ponctuelles décidées en fonction de l'état du remplissage des salles.
- par une communication sous forme de newsletter

3 - Septembre à juin : communication institutionnelle et communication sur les lieux de représentation

Elle inclut les programmes diffusés gratuitement sur chaque représentation et événement organisés par l'Opéra, dossiers de presse spécifiques, dossiers de partenariat,

1 – 1 ÉTAT DES LIEUX TECHNIQUES

Compte tenu de la multiplicité et de la quantité des supports qu'il édite au cours d'une saison, l'Opéra de Dijon réalise une partie de sa communication en interne, à partir des maquettes graphiques et visuelles conçues et réalisés par le prestataire.

Pour ce faire l'Opéra de Dijon dispose des moyens techniques suivants :

- Environnement MacOS X
- Logiciels : Indesign CS3 (version 5.04)

1 – 2 PRESTATIONS ACTUELLES

Pour la saison en cours (2010/2011), l'Opéra travaille avec une agence, qui dans un cadre bien défini, exécute la conception et la réalisation de la communication visuelle et graphique de l'Opéra pour une saison selon les principes fournis conjointement par le service du Secrétariat Général et la Direction de l'Opéra de Dijon, et soumis à validation du Directeur, Monsieur Laurent Joyeux, garants de l'image de l'Opéra et de la continuité de son projet artistique, tout en s'appuyant pour la réalisation sur des ressources internes.

L'Opéra de Dijon est actuellement propriétaire de son logotype mais pas de la charte graphique elle-même ; le nouveau prestataire choisi dans le cadre de ce marché pourra librement l'adapter ou inventer une nouvelle identité.

Le nouveau projet de l'Opéra de Dijon devra s'organiser de la manière suivante :

ANNEE N :

I. CONCEPTION ORIGINALE RELATIVE AUX BESOINS GENERAUX POUR LA DUREE DU MARCHÉ

1. Conception et création d'une démarche de communication globale et d'identité visuelle pour l'Opéra de Dijon.

A. Définition des éléments constitutifs de l'identité visuelle et de leur articulation (couleurs, iconographie, logotype, typographie, structure, etc.)

B. Définition d'une démarche de communication transversale aux supports de communication de l'Opéra de Dijon (principes généraux d'application de l'identité sur les supports émis par l'Opéra et toutes ses initiatives de communication)

C. Proposition et définition de nouveaux outils et initiatives d'animation – média et hors média – relatifs aux lancements de saison.

D. Mise au point d'une charte recensant les éléments constitutifs de l'identité visuelle et de leur articulation, leurs principes généraux d'application sur les supports émis par l'Opéra et toutes ses initiatives de communication.

2. Conception et création des outils de communication courants et institutionnels.

A. Entêtes, cartes de visites, cartes de correspondances, chemise à rabat, fax, signature E-mail, Tampon et tampon pour les enregistrements réalisés à L'Opéra de Dijon (cf : *Live At Opéra De Dijon*), enveloppes, fonds d'écran (liste susceptible d'être modifiée).

3. Conception et création graphique des supports éditoriaux.

A. Création des principes éditoriaux et de mise en page pour la brochure de saison

– Brochure de saison

Descriptif : document institutionnel présentant toute la programmation de la saison spectacle par spectacle, les forces artistiques, les formules d'abonnement, les informations pratiques, le visuel de lancement de saison, les visuels du photographe en résidence et validé par l'Opéra de Dijon, et des citations.

Diffusion : en présentoirs à l'Opéra et envoi postal aux anciens abonnés, partenaires, professionnels et institutionnels

Délai de réalisation : 21 jours ouvrables après remise du contenu (texte+visuels) par l'Opéra de Dijon ; remise des fichiers pour l'impression : vendredi 18 mars 2011

Référence 2010-2011 : dos carré collé à la française (intérieur 160 pages quadri imprimé sur papier Munken Print 80g, format fini 13 x 21 format ouvert 26 x 21 cm. Couverture 4 pages sur Munken Print, 150 g.)

B. Création des principes éditoriaux et de mise en page pour les programmes de salle qui se déclinent en trois types. Livraison des gabarits opérationnels (indesign) et d'une charte de recommandations.

a - conception d'une maquette de programme de salle courant

Descriptif : maquette déclinable pour 90 programmes de spectacle par saison, et validé par l'Opéra de Dijon.

Fourniture d'un gabarit Indesign

Descriptif : document format 13 x 21 cm, entre 16 et 24 pages. Brochures piquées, format fini 130x210 mm.

Fourniture de la maquette définitive : 30 juin 2011

b - conception d'une maquette de programme de salle spécifique

Descriptif : maquette déclinable pour 20 programmes de spectacle par saison, et validé par l'Opéra de Dijon.

Fourniture d'un gabarit Indesign et d'une couverture spécifique (création graphique)

Descriptif : document format 13 x21 cm, entre 24 et 100 pages.

Fourniture du gabarit au plus tard le 30 juin, et la couverture au minimum 4 semaines avant la première du spectacle

c - conception de programmes de salle exceptionnels

Descriptif : projets originaux pour 2 à 7 programmes de spectacle par saison, et validé par l'Opéra de Dijon.

Conception d'une maquette originale pour chaque spectacle, et d'une couverture spécifique (créations graphiques) à forte identité liée au spectacle proposé.

Descriptif : document format 13 x21 cm, entre 48 et 200 pages

Fourniture de l'ensemble du programme par le prestataire au plus tard 3 semaines avant la première du spectacle.

Livraison des gabarits opérationnels (indesign) et d'une charte de recommandations pour chacun des types de programmes mentionnés ci-dessus (sauf c-).

C. Création des principes éditoriaux et de mise en page pour les Dossiers de presse, dossiers pédagogiques, dossiers de coproduction. Livraison des gabarits opérationnels (Word®) et d'une charte de recommandations.

D. Recensement des éléments graphiques constitutifs des supports éditoriaux et rédaction d'une charte à destination des éditeurs extérieurs (cas de projets d'édition en partenariat)

4. Conception et création graphique des outils de communication promotionnels à destination du public.

A. Création d'un principe d'affiches déclinables, intégrant ou pas des éléments iconographiques. Proposition sous différents formats : 120X175, 80X120 et 30X40 cm

Descriptif : affiche faisant un focus sur les grands événements ou un spectacle, définis par le Secrétariat Général, comportant un visuel de Gilles Abegg, et validé par l'Opéra de Dijon.

3 formats : 120X175, 80X120 et 30X40 cm

Fourniture d'un Gabarit Indesign

Diffusion : campagnes commerciales sur panneaux rétro-éclairés (300 faces) et affichage en magasins

Délai de réalisation : avant le 30 juin 2011.

B. Création d'un principe de tract déclinable, intégrant ou pas des éléments iconographiques. Proposition sous différents formats

Descriptif : Tract de format variable selon le contenu. Tract double A4/A5, format fini 148.5x210 mm, format ouvert 297 x 210 mm, 4 couleurs, façonnage, 1 pli parallèle.

Fourniture d'un gabarit Indesign

Diffusion : diffusion sur la Région

Délai de réalisation : avant le 30 juin 2011

C. Création d'un principe d'invitations

Descriptif : lettre type sous format Word

D. Création des éléments de billetterie (billets, pochette)

- Billets de spectacle

Descriptif : fond de billet cartonné avec souche détachable portant l'identité de l'Opéra et les mentions légales, destiné à l'impression en interne - Formats standards

Diffusion : dans les points billetterie

Délai de réalisation : 5 jours ouvrables ; remise des fichiers pour l'impression : 18 mars 2011

Référence 2010-2011 : format 15 X 6,3 cm

- Pochettes à billets

Descriptif : pochette cartonnée portant l'identité de l'Opéra de Dijon, dans laquelle sont insérés les billets de format 15 X 6,3 cm

Diffusion : dans les points billetterie

Délai de réalisation : 5 jours ouvrables ; remise des fichiers pour l'impression : 18 mars 2011

Référence 2010-2011 : pochette cartonnée format plié 16 x7,5 cm

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

E. Création d'un modèle pour l'E-mailing d'informations relatives à la programmation auprès du public (gabarits exportables pour générer un format JPEG ou intégré dans un module de gestion des e-mailing type CMS)
- **E-mailing**

5. Conception éditoriale et création graphique d'un journal trimestriel.

A. Mise en place, avec l'équipe, du cadre éditorial déclinable et adaptable pour chaque numéro (format, séquences, rubriques, traitement de l'information, rendez-vous, etc.). Mise au point d'un chemin de fer type détaillé.

Descriptif : maquette déclinable pour 3 numéros par an. 16 pages, format H307x L21. Impression quadri, papier 70g, 2 piques métalliques (édité à 63 000 exemplaires et diffusé en Région et aux professionnels).

B. Création des principes de mise en page pour le magazine.

C. Mise au point progressive d'un numéro 0.

D. Définition des gabarits opérationnels (indesign) et d'une charte de recommandations.

6. Création graphique du site internet de l'Opéra

A. Définition du concept graphique général préalable à construction du nouveau site internet.

Proposition de principes graphiques généraux (exemples d'ergonomie et d'interfaces graphiques)

I. BIS ANNEE N+1 ET N+2

A. Adaptation des éléments relatifs à la partie I de l'année N (conception originale relative aux besoins généraux pour la durée du marché), en fonction des problématiques spécifiques de la saison N + 1

B. Adaptation des phases 1/2/3/4/5/6 de la partie I relative à l'année N.

C. Réunion de debriefing concernant les initiatives de communication de la saison passée.

D. Adaptation des supports identifiés en réunion en fonction de l'évolution des besoins de l'Opéra.

E. Création de nouveaux supports identifiés en réunion en fonction de l'évolution des besoins de l'Opéra.

II. CONCEPTION, CREATION, REALISATION POUR LA SAISON N, N+1, N+2

A. Conception et création de l'image globale de la saison.

1. **Création du visuel principal de saison** et des éventuels visuels secondaires à partir d'un visuel de Gilles Abegg (une image ou un système d'images) utilisé sur les supports de communication relatifs au lancement de saison.

2. **Déclinaisons du visuel principal de saison** et des éventuels visuels secondaires sous les différents formats

- Affiche au format suivant : 120x175, 80x120 et 30x40 cm

- Brochure

- Tracts

- insertion presse

- site Internet

- newsletters

- spot de saison vidéo

- CD, DVD et tout autre support connu et inconnu dans le cadre des campagnes de promotion de l'Opéra de Dijon.

3. **Conception de l'opération de lancement de la saison** (la création et la réalisation graphique seront intégrés ultérieurement au montant du marché et n'en dépasseront pas la limite).

B. Création et réalisation graphique de la brochure de saison

1. Définition du chemin de fer détaillé avec l'équipe de l'Opéra qui fournira l'ensemble des textes

2. Mise en page / direction artistique de la V1. Exécution graphique (vagues de corrections > BAT). Préparation technique et suivi de fabrication.

Descriptif : document institutionnel présentant toute la programmation de la saison spectacle par spectacle, les forces artistiques, les formules d'abonnement, les informations pratiques, le visuel de lancement de saison, les visuels du photographe en résidence et validé par l'Opéra de Dijon.

Diffusion : en présentoirs à l'Opéra et envoi postal aux anciens abonnés, partenaires, professionnels et institutionnels

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

Délai de réalisation : 21 jours ouvrables après remise du contenu (texte+visuels) par l'Opéra de Dijon ;
remise des fichiers pour l'impression : vendredi 18 mars 2011

Référence 2010-2011 : dos carré collé à la française (intérieur 160 pages quadri imprimé sur papier Munken Print 80g, format fini 13 x 21 format ouvert 26 x 21 cm. Couverture 4 pages sur Munken Print, 150 g.)

C. Création et réalisation graphique des supports éditoriaux de promotion de la saison

1. Bulletin d'abonnement

Descriptif : document pratique détaillant les différentes formules d'abonnements, avec pour chaque formule un bulletin d'abonnement à retourner complété

Délai de réalisation : 5 jours ouvrables après remise du contenu (textes) par l'Opéra de Dijon ; remise des fichiers pour l'impression : 18 mars 2011

Référence 2010-2011 : Dépliant 6 volets (pas d'encartage dans la brochure) format fini 10 x 21 cm Format ouvert 30 x 42 cm. Impression 4 couleurs sur *Munken Print*, 80g (20 000 ex).

2. Un concept de présentation ludique de la saison destiné au jeune public et / ou à des publics spécifiques.

D. Création et réalisation des supports signalétiques extérieurs existants

- 5 kakémonos extérieurs auditorium

Descriptif : jeu de bâches signalant l'Opéra en façade du bâtiment et annonçant la saison en cours, format 600 x 80 cm, recto-verso, doit être conçu en cohérence avec les affiches de lancement de saison.

Délai de réalisation : 10 jours ouvrables ; remise des fichiers pour l'impression : 02 avril 2011

3 kakémonos intérieurs auditorium

Descriptif : jeu de bâches signalant l'Opéra en façade du bâtiment et annonçant la saison en cours, format 460 x 125 cm, recto-verso doit être conçu en cohérence avec les affiches de lancement de saison.

Délai de réalisation : 10 jours ouvrables ; remise des fichiers pour l'impression : 02 avril 2011

Descriptif : jeu de bâches signalant l'Opéra en façade du bâtiment et annonçant la saison en cours, format 600 x 80 cm, recto-verso, doit être conçu en cohérence avec les affiches de lancement de saison.

Délai de réalisation : 10 jours ouvrables ; remise des fichiers pour l'impression : 02 avril 2011

3 kakémonos intérieurs auditorium

Descriptif : jeu de bâches signalant l'Opéra en façade du bâtiment et annonçant la saison en cours, format 460 x 125 cm, recto-verso doit être conçu en cohérence avec les affiches de lancement de saison.

Délai de réalisation : 10 jours ouvrables ; remise des fichiers pour l'impression : 02 avril 2011

E. Création et réalisation d'un recueil de citations et de textes à destination du public.

Le recueil de citations sera utilisé en même temps que la brochure de saison.

Format envisagé du recueil : dos carré collé à la française (intérieur environ 100 pages imprimé sur papier Munken Print 80g, format fini 13 x 21 format ouvert 26 x 21 cm. Couverture 4 pages sur Munken Print, 150 g).

1. Mise au point d'un chemin de fer détaillé sur la base des contenus définis par le Directeur Général et le Dramaturge.

2. Mise en page / direction artistique de la V1.

Exécution graphique (vagues de corrections > BAT).

Préparation technique et suivi de fabrication

F. Direction artistique du magazine.

1. Participation à la réunion de lancement des travaux relatifs à chaque numéro.

Sur la base des contenus sélectionnés par le Directeur Général, le Secrétaire Général et le Responsable de la Communication, des Relations Publiques et du Marketing, proposition de traitement éditoriaux et graphiques, mise au point d'un chemin de fer détaillé et commenté pour les différents intervenants (rédacteurs, maquettistes, etc.) 1 journée.

2. Suivi artistique (1 journée par numéro) auprès du maquettiste et du responsable communication, et en phase de bouclage.

Descriptif : maquette déclinable pour 3 numéros par an. 16 pages, format H307x L21. Impression quadri, papier 70g, 2 piqures métalliques (édité à 63 000 exemplaires et diffusé en Région et aux professionnels). Fourniture d'un gabarit Indesign, 1 journée.

ARTICLE 2 – MODALITÉS D'EXÉCUTION DU MARCHÉ

2 – 1 MODALITÉS DE CONCEPTION ET RÉALISATION DE PLUSIEURS VISUELS PAR SAISON :

AUTRES RÉALISATIONS OPTIONNELLES

Le prestataire pourra être sollicité ponctuellement pour des commandes supplémentaires, selon les besoins de la programmation et des activités de l'Opéra. Les délais seront précisés au moment de la commande.

- **documents de communication relatifs aux partenariats** de l'Opéra (invitations)
- **documents de communication institutionnelle type bilan** (revue de saison)
- **livret d'accueil** comportant toutes les adresses utiles pour les artistes accueillis à l'Opéra
- **objets dérivés** : Textile : T-shirts, sweat-shirts, polos des équipes techniques et d'accueil de l'Opéra de Dijon;
- **signalétique** à l'intérieur ou à l'extérieur du bâtiment : panneaux, badges, etc.
- **spot de saison**, 20 minutes de montage à partir de reportages sur les artistes invités et sujets définis par la direction, d'éléments d'archives de l'Opéra de Dijon

Autres options mobilisables selon les besoins de l'Opéra :

Option 1. Forfait direction artistique "éditeur"

Cette option concernera les projets d'édition de l'Opéra de Dijon. Elle s'appliquera dans le cas d'une coédition avec un éditeur délégué, par exemple pour la réalisation d'un ouvrage conséquent en rapport avec l'une des saisons de l'Opéra et à destination du grand public, et qui sera diffusé dans un large réseau de librairies généralistes ou spécialisées.

1. Participation à la réunion préalable au lancement des travaux éditoriaux. Proposition de traitements (formats, graphisme, iconographie, typographie).
2. Suivi artistique auprès de l'éditeur et du Directeur Général et du Dramaturge (tarif jour à définir, pour ajuster en fonction des besoins) sur la base de la maquette proposée par l'éditeur suivant les recommandations de la charte éditoriale fournie (cf I.3.D)

Option 2. Forfait création graphique et direction artistique "éditeur"

1. Participation à la réunion préalable au lancement des travaux éditoriaux. Proposition de traitements (formats, graphisme, iconographie, typographie).
2. Création des principes généraux de maquette et mise à disposition des gabarits sur la base des pages-types réalisées.
3. Suivi artistique auprès de l'éditeur et du Directeur Général et du Dramaturge (tarif jour à définir, pour ajuster en fonction des besoins).

Option 3. Suivi artistique auprès de l'éditeur et des équipes de l'Opéra (tarif jour à définir, pour ajuster en fonction des besoins).

2 – 2 LES VISITES

Le prestataire rendra au minimum 3 visites par an à l'Opéra de Dijon:

- en amont du projet de saison pour définir les objectifs et recevoir les directives conjointes du Secrétariat Général et de la Direction de l'Opéra de Dijon concernant ce projet ;
- à l'occasion de la présentation des pré-maquettes du projet à la Direction de l'Opéra de Dijon, pour un échange de perspectives et si nécessaire d'éventuelles réorientations du projet ;
- à l'occasion de la présentation des maquettes abouties du projet qui seront soumises à la validation de la Direction de l'Opéra de Dijon.

Les déplacements demeurent à la charge du prestataire.

2 – 3 LA FORMATION

Si les propositions du prestataire induisent des contraintes techniques particulières (ex : un logiciel spécifique), le prestataire s'engage à en préciser toutes les implications techniques et tarifaires. Il s'engage à former si nécessaire l'équipe de l'Opéra de Dijon aux outils nécessaires à la bonne utilisation et au bon fonctionnement de ces propositions.

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

2 – 4 LA COORDINATION TECHNIQUE ET LOGISTIQUE

Avant toute phase de travail, une phase de coordination sera nécessaire entre le prestataire et le Secrétariat Général de l'Opéra de Dijon, afin de mettre en place des méthodes de travail cohérentes, autant du point de vue technique qu'opérationnel, et d'optimiser les échanges ultérieurs.

Fait à Dijon , le 28 décembre 2010

OPERA DE DIJON
LE DIRECTEUR
Laurent JOYEUX

L'ATTRIBUTAIRE

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC MARCHÉ DE SERVICES

MARCHÉ A PROCÉDURE ADAPTÉE
ARTICLE 28 DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS

OBJET DU MARCHÉ :

Conception, réalisation graphique et visuelle de la communication de l'Opéra de Dijon

BORDEREAU DES PRIX UNITAIRES

Service secrétariat général
Marché n° COMM 2010/ 1

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

BORDEREAU DES PRIX UNITAIRES

Objet du marché : Conception et réalisation visuelle et graphique de la communication de l'Opéra de Dijon
Marché n° COMM 2010/ 1

Conception et création d'une série de visuels pour une saison artistique et cession des droits d'auteur :

I. CONCEPTION GLOBALE ANNÉE N Les livrables seront mis à disposition l'année N, et le montant global sera réparti sur l'année N, N+1 & N+2	Prix unitaire HT (Hors Taxes)	TVA	Prix unitaire TTC (Toutes Taxes Comprises)
Conception et création d'une démarche d'identité visuelle C.C.T.P I.1	€	€	€
A. Définition des éléments constitutifs de l'identité visuelle et de leur articulation	€	€	€
B. Définition d'une démarche de communication transversale aux supports de communication	€	€	€
C. Proposition et définition de nouveaux outils et initiatives d'animation – média et hors média	€	€	€
D. Mise au point d'une charte recensant les éléments constitutifs de l'identité visuelle et de leur articulation	€	€	€
Conception et création des outils de communication courants et institutionnels C.C.T.P I.2	€	€	€
A. Entêtes, cartes de visites, cartes de correspondances, ...	€	€	€
Conception et création graphique des supports éditoriaux C.C.T.P I.3	€	€	€
A. Création des principes éditoriaux et mise en page de la brochure de saison	€	€	€
B. Création des principes éditoriaux de mise en page pour les programmes de salle	€	€	€
a. Conception d'une maquette de programme de salle courant	€	€	€
b. Conception d'une maquette de programme de salle spécifique	€	€	€
c. Conception d'une maquette de programme de salle exceptionnel	€	€	€
C. Création des principes éditoriaux et de mise en page pour les Dossiers de presse	€	€	€
D. Recensement des éléments graphiques constitutifs des supports éditoriaux et rédaction d'une charte à destination des éditeurs extérieurs	€	€	€
Conception et création graphique des outils de communication promotionnels C.C.T.P I.4	€	€	€
A. Création d'un principe d'affiche déclinable	€	€	€
B. Création d'un tract déclinable	€	€	€
C. Création d'un principe d'invitation	€	€	€
D. Création des éléments de billetterie	€	€	€
E. Création d'un modèle d'E-mailing	€	€	€
Conception éditorial et création graphique d'un journal trimestriel C.C.T.P I.5	€	€	€
A. Mise en place, avec l'équipe, du cadre éditorial déclinable et adaptable pour chaque numéro	€	€	€
B. Création des principes de mise en page pour le magazine	€	€	€
C. Mise au point progressive d'un numéro o.	€	€	€
D. Définition des gabarits opérationnels (indesign) et d'une charte de recommandations	€	€	€
Création graphique du site Internet de l'Opéra C.C.T.P I.6	€	€	€
A. Définition du concept graphique général préalable à construction du nouveau site internet	€	€	€

Sous total A =

I.BIS. ADAPTATION N+1 & N+2	Forfait Minimum / Maximum HT (Hors Taxes)	TVA	Forfait Minimum / Maximum TTC (Toutes Taxes Comprises)
A. Adaptation des éléments relatifs à la partie I de l'année N	€	€	€
B. Adaptation des phases 1/2/3/4/5/6 de la partie I relative à l'année N.	€	€	€
C. Réunion de débriefing concernant les initiatives de communication de la saison passée	€	€	€
D. Adaptation des supports identifiés en réunion en fonction de l'évolution des besoins de l'Opéra	€	€	€
E. Création de nouveaux supports identifiés en réunion en fonction de l'évolution des besoins de l'Opéra	€	€	€

Sous total B =

II. CONCEPTION, CREATION, REALISATION POUR LA SAISON N, N+1, N+2	Prix unitaire HT (Hors Taxes)	TVA	Prix unitaire TTC (Toutes Taxes Comprises)
A. Conception et création de l'image globale de la saison.	€	€	€
B. Création et réalisation graphique de la brochure de saison	€	€	€
C. Création et réalisation graphique des supports éditoriaux de promotion de la saison	€	€	€
D. Création et réalisation des supports signalétiques extérieurs existants	€	€	€
E. Création et réalisation d'un recueil de citations et de textes à destination du public.	€	€	€
F. Direction artistique du magazine.	€	€	€

Sous total C =

AUTRES REALISATIONS OPTIONNELLES Article 2	Prix unitaire HT (Hors Taxes)	TVA	Prix unitaire TTC (Toutes Taxes Comprises)
Documents de communication relatifs aux partenariats	€	€	€
Documents de communication institutionnelle	€	€	€
Livret d'accueil	€	€	€
Objets dérivés	€	€	€
Signalétique	€	€	€
Spot de saison	€	€	€
Options mobilisables selon les besoins de l'Opéra			
Forfait direction artistique « éditeur »	€	€	€
Forfait création graphique et direction artistique « éditeur »	€	€	€
Suivi artistique auprès des éditeurs et des équipes de l'Opéra	€	€	€

Sous total D =

OPÉRA DE DIJON

MARCHÉ PUBLIC

Estimation du montant du marché sur trois saisons (addition des sous totaux) :

Sous total A	
Sous total B	
Sous total C	
Sous total D	
TOTAL	

Fait à Dijon

, le 28 décembre 2010

OPERA DE DIJON
LE DIRECTEUR
Laurent JOYEUX

L'ATTRIBUTAIRE