

**Document unique valant Cahier des Clauses Particulières et Acte d’engagement**

**(CCP-AE)**

CREATION DE L’ARCHITECTURE DE MARQUE GLOBALE DU CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

Stratégie de marque, identité visuelle, logotypes,

chartes graphiques et éditoriales

Campagne de communication de lancement

Appui au déploiement dans le réseau

**NUMÉRO DU MARCHÉ :** 25-110-27

**PROCEDURE DE PASSATION :** Procédure d’appel d’offres ouvert en application des articles L.2124-2 et R.2124-2, R.2161-2 à R.2161-5 du Code de la commande publique

**POUVOIR ADJUDICATEUR :** Centre des monuments nationaux – Hôtel de Sully – 62, rue Saint-Antoine – 75186 PARIS CEDEX 04, représenté par Madame Marie LAVANDIER, agissant en qualité de Présidente du Centre des monuments nationaux.

**SERVICE GESTIONNAIRE DU MARCHÉ :** Direction de la communication

Sommaire

[Article 1 Contexte 8](#_Toc204780420)

[Article 2 Objet du marché 12](#_Toc204780421)

[2.1 Objet de l’accord-cadre 13](#_Toc204780422)

[2.2 Diagnostic et objectifs stratégiques 13](#_Toc204780422)

[2.3 Etat des lieux 14](#_Toc204780423)

[2.4 Nouvelle dénomination de marque 14](#_Toc204780424)

[2.5 Objectifs du projet 15](#_Toc204780425)

[2.6 Architecture de marque 15](#_Toc204780426)

[2.7 Identité visuelle 16](#_Toc204780427)

[2.7.1 Marque ombrelle 16](#_Toc204780428)

[2.7.2 Identité visuelle des marques-filles 17](#_Toc204780429)

[2.7.3 Identité visuelle de 110 marques monuments 17](#_Toc204780430)

[2.7.4 Identité visuelle du National Trust à la Française 17](#_Toc204780431)

[2.7.5 Contraintes et opportunités 17](#_Toc204780432)

[Article 3 Description des prestations 18](#_Toc204780433)

[3.1 Conception, création de l’architecture de marque, logo et identité visuelle, et mise en œuvre de cette nouvelle identité (TRANCHE FERME) 18](#_Toc204780434)

[3.1.1 Prestations attendues 18](#_Toc204780435)

[3.1.2 Eléments constitutifs d’une future identité visuelle 20](#_Toc204780436)

[3.1.3 Périmètre d’application – livrables 21](#_Toc204780437)

[3.2 Campagne de communication de la nouvelle marque (TRANCHE OPTIONNELLE) 22](#_Toc204780438)

[3.3 Equipe souhaitée et attendue 23](#_Toc204780446)

[3.4 Calendrier et livrables attendus 23](#_Toc204780447)

[Article 4 Procédure de passation du marché 24](#_Toc204780448)

[Article 5 Délai de validité des offres 24](#_Toc204780449)

[Article 6 Pièces constitutives du marché 24](#_Toc204780450)

[Article 7 Durée de l’accord-cadre 26](#_Toc204780451)

[Article 8 Correspondants 26](#_Toc204780452)

[8.1 Correspondant du Centre des monuments nationaux 26](#_Toc204780453)

[8.2 Correspondant du titulaire 26](#_Toc204780454)

[Article 9 Modalités de suivi et validation 27](#_Toc204780455)

[Article 10 Emission de bons de commande et passation des marchés subséquents 27](#_Toc204780456)

[10.1 Prestations par bons de commande 27](#_Toc204780457)

[10.2 Prestations par marchés subséquents 28](#_Toc204780458)

[10.2.1 Délai de réponse 28](#_Toc204780459)

[10.2.2 Modalités de consultation 28](#_Toc204780460)

[10.2.3 Modalités de notification des marchés subséquents 29](#_Toc204780461)

[10.2.4 Mise au point 29](#_Toc204780462)

[10.2.5 Motivation de non-réponse et absence de réponse motivée 29](#_Toc204780463)

[Article 11 Modalité d’exécution des prestations – admission – garanties 29](#_Toc204780464)

[Article 12 Montant du marché 30](#_Toc204780465)

[Article 13 Modalités de détermination des prix 31](#_Toc204780469)

[13.1 Forme des prix 31](#_Toc204780470)

[13.2 Modalités de révision des prix 31](#_Toc204780471)

[Article 14 Modalités de règlement 33](#_Toc204780472)

[14.1 Acomptes 33](#_Toc204780473)

[14.2 Production des factures 33](#_Toc204780474)

[14.3 Compte à créditer 34](#_Toc204780475)

[14.4 Délai de paiement 34](#_Toc204780476)

[14.5 Avance 35](#_Toc204780477)

[14.5.1 Avance pour le titulaire 35](#_Toc204780478)

[14.5.2 Avance en cas de sous-traitance 35](#_Toc204780479)

[Article 15 Sous-traitance 36](#_Toc204780480)

[Article 16 Cession ou nantissement de créance 36](#_Toc204780481)

[Article 17 Pénalités 37](#_Toc204780482)

[Article 18 Clause de réexamen 37](#_Toc204780483)

[Article 19 Marchés de prestations similaires 38](#_Toc204780484)

[Article 20 Considérations environnementales 38](#_Toc204780485)

[Article 21 Clause diversité et égalité, lutte contre les discriminations 39](#_Toc204780486)

[Article 22 Assurance 41](#_Toc204780487)

[Article 23 Confidentialité, obligation de conseil 41](#_Toc204780488)

[23.1 Obligations générales 41](#_Toc204780489)

[23.2 Obligations de confidentialité 41](#_Toc204780490)

[23.3 Obligations de conseil 41](#_Toc204780491)

[Article 24 Cession de droits 42](#_Toc204780492)

[24.1 Droits cédés 42](#_Toc204780493)

[24.2 Etendue de la cession - Exploitation 43](#_Toc204780494)

[Article 25 Dispositions applicables en cas de titulaire étranger 45](#_Toc204780495)

[Article 26 Changement de structure de la société 45](#_Toc204780496)

[Article 27 Obligation de transmission semestrielle 46](#_Toc204780497)

[Article 28 Résiliation 46](#_Toc204780498)

[Article 29 Litiges 46](#_Toc204780499)

[Article 30 Dérogations 47](#_Toc204780500)

[Article 31 Engagement et signature de l’attributaire 47](#_Toc204780501)

[Article 32 Signature du Pouvoir adjudicateur et visa du contrôleur budgétaire 48](#_Toc204780502)

[**Listes des annexes :** 49](#_Toc204780503)

[01 – CMN 2030 – Carnet du projet 49](#_Toc204780504)

[02 – CMN 2030 – Poster du projet 49](#_Toc204780505)

[03 – Audit de l’agence Graphéine sur l’identité de marque 49](#_Toc204780506)

[04 – Plateforme de marque de l’agence Graphéine 49](#_Toc204780507)

[05 – Note sur le naming de l’agence Graphéine 49](#_Toc204780508)

[06 – Les produits dérivés 49](#_Toc204780509)

**ENTRE LES SOUSSIGNES :**

Le Centre des Monuments Nationaux, représenté comme indiqué ci-dessus,

**D’une part, ci-après dénommé « le pouvoir adjudicateur », « l’acheteur », « le Centre des Monuments Nationaux », « le CMN »**

**Et d'autre part**[[1]](#footnote-1)**,**

**Le soumissionnaire ci-après dénommé « le titulaire », « l’entreprise / l’entrepreneur » :**

Dénomination sociale : …………………………………………………………………………………………...

Ayant son siège social à : ………………………………………………………………………………….……...

**Adresse électronique de contact :** …………………………………………………………………………….

Ayant pour numéro unique d'identification SIRET[[2]](#footnote-2) :……………………………………………………………

Représentée par

Nom : …………………………………………………………………………………………………………….....

Qualité[[3]](#footnote-3) :

Représentant légal de l’entreprise.

Ayant reçu pouvoir du représentant légal de l’entreprise.

Les prestations réalisées dans le cadre du présent marché seront exécutées[[4]](#footnote-4):

Par le siège.

Par l’établissement suivant :

Nom : ……………………………………………………………………………………………………………...

Adresse : ………………………………………………………………………………………………………….

Numéro unique d'identification SIRET :………………………………………………………………………..

Après avoir pris connaissance des pièces contractuelles du marché et des documents qui y sont mentionnés, fourni les certificats, les déclarations et attestations prévus aux articles R.2143-3 à R.2143-16 du Code de la Commande Publique,

**M’ENGAGE** sans réserve, conformément aux stipulations des documents visés ci-dessus à exécuter les prestations demandées dans les conditions définies au marché.

L’offre ainsi présentée ne me lie toutefois que si le contrat est attribué dans un délai de six (6) mois calendaires à compter de la date limite de remise des offres fixée dans le règlement de la consultation.

**OU**

**Le groupement**  **solidaire ou  conjoint**,[[5]](#footnote-5) ci-après dénommé « le titulaire » ou « le prestataire » ou « l’entreprise » :

**1er co-traitant mandataire du groupement :**

Dénomination sociale : ……………………………………………………………………………………………

Ayant son siège social à : ………………………………………………………………………………….……...

**Adresse électronique de contact :** …………………………………………………………………………….

Ayant pour numéro unique d'identification SIRET[[6]](#footnote-6) :……………………………………………………………

Représentée par :

Nom :………………………………………………………………………………………………………………...…

Qualité[[7]](#footnote-7) :

Représentant légal de l’entreprise.

Ayant reçu pouvoir du représentant légal de l’entreprise.

Les prestations réalisées dans le cadre du présent marché seront exécutées[[8]](#footnote-8):

Par le siège.

Par l’établissement suivant :

Nom : ……………………………………………………………………………………………………………….

Adresse : …………………………………………………………………………………………………………...

Numéro unique d'identification SIRET :………………………………………………………………………….

**2ème co-traitant**[[9]](#footnote-9) **:**

Dénomination sociale ……………………………………………………………………………………………..

Ayant son siège social à : ………………………………………………………………………………….……...

**Adresse mail de contact :** ………………………………………………………………………………….…...

Ayant pour numéro unique d'identification SIRET[[10]](#footnote-10):……………………………………………………………

Représentée par :

Nom ……………………………………………………………………………………………………………………….

Qualité[[11]](#footnote-11) :

Représentant légal de l’entreprise.

Ayant reçu pouvoir du représentant légal de l’entreprise.

Les prestations réalisées dans le cadre du présent marché seront exécutées[[12]](#footnote-12) :

Par le siège.

Par l’établissement suivant :

Nom : …………………………………………………………………………………………………………….....

Adresse : …………………………………………………………………………………………………………...

Numéro unique d'identification SIRET :………………………………………………………………………….

Chaque membre du groupement ayant pris connaissance des pièces du marché et des documents qui y sont mentionnés, fourni les certificats, les déclarations et attestations prévus aux articles R.2143-3 à R.2143-16 du Code de la commande publique,

**NOUS NOUS ENGAGEONS** sans réserve, en qualité d’entrepreneurs groupés solidaires ou conjoints[[13]](#footnote-13), conformément aux stipulations des documents visés ci-dessus à exécuter les prestations demandées dans les conditions définies au marché.

L’offre ainsi présentée ne nous lie toutefois que si le contrat est attribué dans un délai de six (6) mois calendaires à compter de la date limite de remise des offres indiquée dans le règlement de la consultation.

**IL EST CONVENU CE QUI SUIT :**

# Contexte

**De fonds de sauvegarde à opérateur global du patrimoine :**  
**la métamorphose du Centre des monuments nationaux**

**LA NAISSANCE DES « MONUMENTS HISTORIQUES »**

En 1790, au cœur de la Révolution française, l’érudit Aubin-Louis Millin présente à l’Assemblée constituante un rapport intitulé *Antiquités nationales ou Recueil de monuments pour servir à l’histoire générale et particulière de l’Empire françois*. Le terme de « monument historique » apparaît ici pour la première fois ! Il désigne les édifices et les lieux liés à l’art et l’histoire de la France. En 1830, le poste d’inspecteur des monuments historiques est créé par le ministère de l’Intérieur. Le 27 mai 1834, il est attribué à l’écrivain et historien Prosper Mérimée, qui va jouer un rôle essentiel. Pendant des années, il sillonne la France afin de dresser un inventaire des sites préhistoriques et des bâtiments antiques et médiévaux remarquables. Tous relèvent de l’État, ou des communes, et nécessitent des travaux. C’est d’ailleurs Prosper Mérimée qui confie à Eugène Viollet-le-Duc, architecte, le soin de restaurer la cité de Carcassonne, l’abbaye du Mont-Saint-Michel ou encore le château de Pierrefonds. La suite ? La loi du 30 mars 1887 pour la conservation des monuments historiques assure la protection des ouvrages présentant « un intérêt du point de vue de l’histoire, de l’art ou de l’archéologie ». Ainsi, un monument classé ne peut être ni détruit ni déplacé, et toute intervention doit être soumise à un accord ministériel. Elle est complétée par la loi du 31 décembre 1913 sur les monuments historiques, qui réaffirme et enrichit ses dispositions. C’est dans ce contexte qu’à la suite de la loi de 1913, l’État va se doter d’un nouvel outil promis à de nombreux développements.

**LE CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX EN 4 PÉRIODES**

1914-1930 : une caisse pour financer les acquisitions de sauvegarde de l’État

La Caisse nationale des monuments historiques et préhistoriques est fondée le 10 juillet 1914, quelques mois après la loi de 1913. Le projet de création d’un établissement public disposant d’un budget propre a pour objectif l’acquisition, pour le compte de l’État, d’immeubles et meubles historiques à protéger, restaurer et conserver. Le financement nécessaire à l’exécution de cette mission est assuré par des dons et legs, voire quelques taxes sur les recettes générées par le marché de l’art ou les jeux de hasard. Les ressources ainsi collectées sont alors mises à disposition du ministère de l’Instruction publique et des Beaux-Arts, permettant l’acquisition d’un patrimoine historique en danger. Toutefois, à partir de 1922, une autre source de revenus est créée avec la perception d’un droit d’entrée sur les visites des monuments. La Caisse n’est pas encore « agissante » au-delà de la collecte de fonds, mais c’est le début d’un nouveau chapitre !

1930-1965 : du patrimoine bâti au patrimoine naturel

Les années 1930 marquent un élargissement significatif avec la loi du 2 mai 1930, qui étend la protection aux sites naturels d’intérêt historique, scientifique ou artistique. L’établissement devient alors la Caisse nationale des monuments historiques, préhistoriques et naturels et des sites. Cette période d’avant-guerre voit l’État acquérir de nombreux monuments qui sont toujours au cœur du patrimoine géré par le CMN. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, de nouveaux moyens de financement doivent être trouvés. Une politique d’animation et de valorisation est progressivement mise en place au sein des monuments, pour attirer davantage de public. Peu à peu, la vocation de la Caisse n’est plus seulement financière, mais aussi culturelle, sans toutefois être en gestion directe des sites. Le fonctionnement des monuments relevait de l’administration ministérielle, avec pour principaux interlocuteurs localement les préfets et les architectes des Bâtiments de France chargés de la conservation du patrimoine et, à ce titre, responsables de monuments historiques classés appartenant à l’État.

1965-1995 : un élargissement progressif des missions

En 1965, deux décrets transforment l’établissement en Caisse nationale des monuments historiques et des sites (CNMHS), élargissant ses missions au patrimoine privé et aux actions culturelles sous des formes diversifiées : prêts « bonifiés » pour travaux sur monuments classés privés, subventions aux actions culturelles, dont des festivals dans des lieux historiques, soutien à la création de routes historiques. Cependant, la CNMHS ne peut pas intervenir directement dans les monuments nationaux et reste encore cantonnée à son rôle de « caisse ». Deux ans plus tard, en 1967, son siège est installé à l’hôtel de Sully, au cœur du quartier du Marais, à Paris. Un changement majeur intervient en 1970, permettant à l’établissement de percevoir et gérer directement les recettes des monuments nationaux. Au fil des années, les visiteurs se font toujours plus nombreux. L’importance de l’accueil du public et de la valorisation des monuments se renforce.

1995 à aujourd’hui : un opérateur polyvalent présent sur l’ensemble de la chaîne patrimoniale et devenu le premier opérateur culturel et touristique français

Le décret de 1995 consolide son rôle d’opérateur culturel de l’État, chargé de présenter les monuments au public et d’en développer la fréquentation.

En 1996 sont créées les Éditions du patrimoine, direction éditoriale du CMN mais également éditeur délégué des services patrimoniaux du ministère de la Culture. Assurant à ce titre une mission de service public, la maison d’édition a vocation, d’une part, à rendre compte des derniers acquis de la recherche dans des domaines aussi variés que le patrimoine immobilier et mobilier, l’architecture, l’histoire de l’art et l’archéologie et, d’autre part, à diffuser la connaissance du patrimoine auprès d’un large public. Le catalogue, diffusé par Interforum dans toutes les librairies, compte aujourd’hui quelque 700 titres disponibles et s’enrichit chaque année d’une quarantaine de nouveautés.

En 2000, l’institution devient officiellement le Centre des monuments nationaux (CMN), établissement public à caractère administratif. L’année 2007 marquera une étape cruciale avec l’attribution de la maîtrise d’ouvrage des opérations d’entretien et de restauration, auparavant assurée par le ministère de la Culture. Le CMN gère désormais l’intégralité de la chaîne de conservation, de présentation et de valorisation des monuments, incluant le bâti, les collections et les espaces naturels. Cette responsabilité se concrétise par d’importants chantiers comme la restauration du château d’Azay-le-Rideau, de la villa Cavrois et plus récemment de l’hôtel de la Marine et de l’abbaye de Beaulieu-en-Rouergue ou la transformation du château de Villers-Cotterêts en Cité internationale de la langue française. L’établissement public assure également la gestion de l’ensemble de ses personnels (par délégation du ministère de la Culture depuis 2019 ou par recrutement direct) et peut gérer des monuments pour le compte de tiers. Depuis 2021, enfin, l’institution a encore élargi son champ d’action en créant CMN Institut, une structure consacrée au partage d’expertise et à l’accompagnement des acteurs du patrimoine, tant en France qu’à l’international. Cette évolution illustre la capacité d'adaptation constante de l'institution, qui a su transformer son rôle initial de simple caisse de financement en un acteur majeur de la préservation et de la valorisation du patrimoine culturel français.

De plus, le CMN dispose d’un réseau de Librairies-boutiques totalement intégré. A date, ce réseau compte 80 points de ventes dont 2 boutiques hors-les-murs (au Mont St Michel et à la Cité de Carcassonne) et, depuis fin 2023, une boutique en ligne www.boutiquedupatrimoine.fr.

Ce réseau propose une offre adaptée à chaque site, composée d’objet culturels, en faisant la part belle au livre, et de produits souvenirs. L’offre, en partie composée de produits et de livres en négoce, s’appuie sur une stratégie éditoriale propre à l’établissement en mettant en avant les « Editions du Patrimoine » et, diffuse également d’autres marques essentiellement en négoce afin de satisfaire les attentes des visiteurs. Depuis 2018, nous éditons de plus en plus nos propres et en proposant des produits dérivés pour chaque lieu. Pour cela, plusieurs marques commerciales ont été créées et déposées (Arc de triomphe, Abbaye du Mont St Michel et CMN), permettant au département des librairies-boutiques de développer un programme de licence de marque. Ces dernières années, l’accent a également été mis sur la collaboration avec des créatifs (artistes dans le cadre des expositions temporaires, illustrateurs) permettant de diversifier les propositions graphiques et de bien distinguer la marque et le design produit.

Le CMN a pour vocation de rendre les 110 monuments qu’il gère accessibles au plus grand nombre, notamment aux publics éloignés de la culture, et de contribuer à la politique d'éducation artistique et culturelle, notamment par l'accueil de nombreux publics scolaires. Pour ce faire, il met en œuvre, d’une part, une politique des publics qui vise à diversifier et accroître sa fréquentation et d’autre part, une stratégie de médiation, pour donner à tous les clés de compréhension du monument, son histoire, son architecture, son contexte. L’ambition est de donner à chacun le sentiment d’être bienvenu et attendu dans les monuments.

La pluralité et la diversité des monuments, des sites et des publics ont amené le CMN à construire une programmation culturelle plurielle, qui constitue aujourd’hui un des marqueurs forts de l’établissement et de son identité. Les nombreux projets artistiques et culturels qui se déroulent dans les monuments nationaux invitent à renouveler le regard sur le patrimoine par une approche sensible et artistique et en font des lieux d'écho et de reflet du monde qui les entourent. Cette programmation est pensée et mise en œuvre pour révéler les monuments et y faire venir de nouveaux publics, mais aussi inciter ceux qui sont déjà venus à développer une nouvelle approche à l’occasion d’une exposition ou d’un concert.

**CMN 2030 : un projet d’établissement d’envergure dans lequel s’inscrit la volonté de définir une nouvelle stratégie de marque**

En 2024, le Centre des monuments nationaux, sous l’impulsion de sa présidente Marie Lavandier, a lancé une démarche participative intitulée CMN 2030 pour construire la feuille de route 2024-2030.   

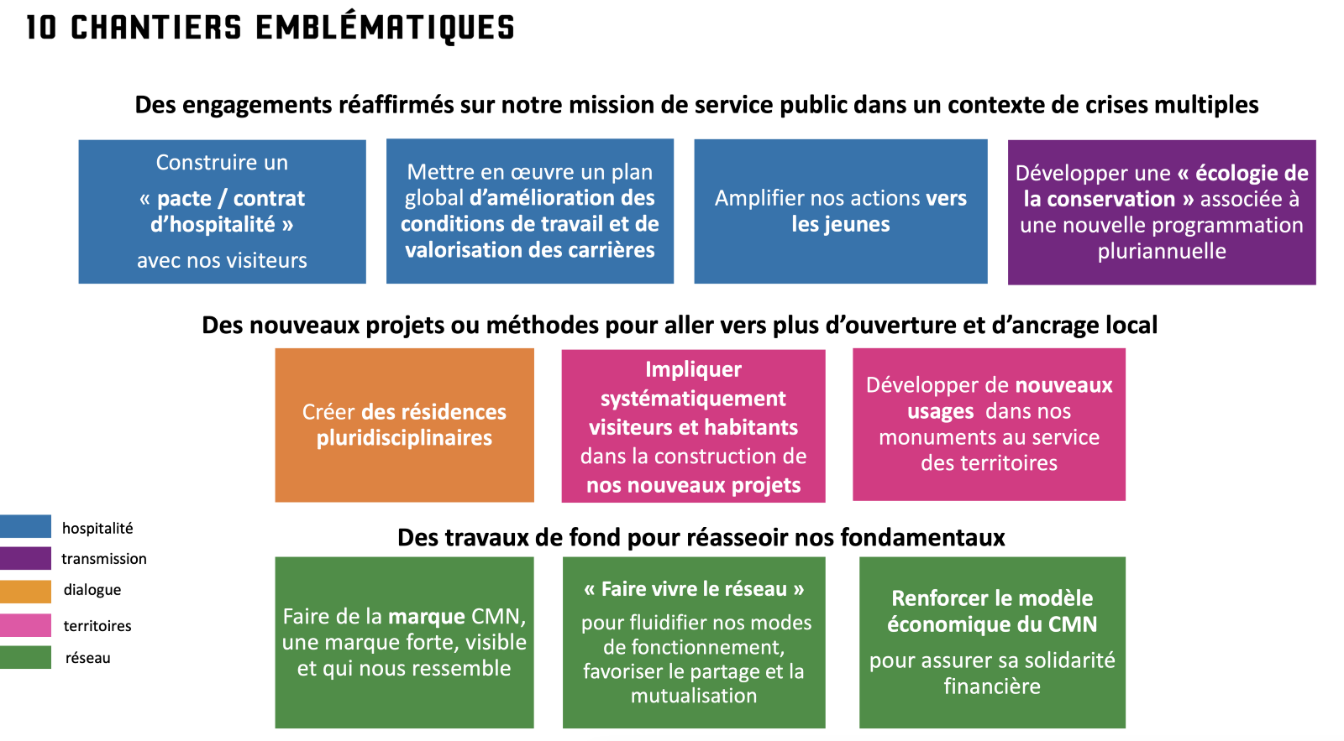
Cette démarche vise à :

* Contribuer à formaliser un nouveau projet d’établissement jusqu’à 2030
* Renforcer le sentiment d’appartenance et la cohésion des équipes
* Améliorer le pilotage stratégique et le suivi opérationnel notamment en mode projet.
* Développer les pratiques de travail collaboratives, la créativité et la transversalité au sein du réseau.

(Voir les annexes 01 - Carnet CMN 2030 et 02 - Poster CMN 2030)



10 chantiers emblématiques ont été identifiés, dont le chantier n°8 « **Faire de la marque CMN une marque forte, visible et qui nous ressemble** ».



**Le projet de National Trust à la française :**   
**un projet citoyen, patrimonial et touristique d’envergure pour le CMN**

A la demande de la ministre de la Culture, le Centre des monuments nationaux réfléchit en 2025 à la création d’un National Trust à la française afin de répondre aux enjeux de préservation et de valorisation du patrimoine en France.

Ce projet poursuit quatre objectifs majeurs :

* Offrir des solutions de sauvegarde et de rayonnement par l’usage à des monuments en situation de risque [par absence de projet, par difficulté de transmission ou par isolement], qu’ils appartiennent à des acteurs publics ou privés, en leur offrant un avenir durable ;
* Constituer un puissant réseau de sites plus large et, à terme, plus diversifié, intégrant notamment le patrimoine naturel, industriel et du XXe siècle, afin de mieux représenter l’ensemble des territoires et de favoriser un tourisme mieux réparti ;
* Mobiliser les citoyens, en s’appuyant sur l’engagement des Français pour le patrimoine, et en faire un levier de lien social, de citoyenneté, d’écologie, de développement local et de financement ;
* Favoriser la visibilité et la vitalité de l’écosystème d’associations et de fondations œuvrant pour le patrimoine français.

Ce projet, s’il s’en inspire, ne vise pas à copier le modèle britannique, ni à redéfinir la politique patrimoniale de l’État. Il privilégiera une approche collaborative, souple, en complémentarité avec les acteurs existants, sans centralisation excessive ni recentralisation administrative.

La Ministre a considéré que le CMN, fort de son expérience unique en matière de gestion directe de monuments, de gestion de réseau de valorisation culturelle et d’ancrage territorial, constituait la structure la plus adaptée pour porter cette ambition. Son projet stratégique “CMN 2030” crée une dynamique idéale pour initier cette transformation.

Trois piliers inspirants du National Trust britannique nourrissent la vision de ce projet :

* Un large soutien populaire et l’engagement des adhérents,
* Une diversité patrimoniale incluant la nature et l’industrie,
* Un modèle économique pragmatique et durable, fondé sur la pluralité des usages et des interventions de conservation raisonnées.

Ce futur “National Trust à la française” - **dont le nom et le visuel devront parfaitement s’intégrer à la nouvelle stratégie de marque** - entend ainsi concilier excellence patrimoniale, participation citoyenne et attractivité touristique, au service d’un patrimoine vivant, partagé et durable.

# Objet du marché

**2.1 Objet de l’accord-cadre**

Le présent accord-cadre a pour objet de confier au titulaire la refonte globale de l’architecture de marque de Contre des Monuments Nationaux.

* Définition de la stratégie d’architecture de marque, qui doit respecter la charte graphique de l’Etat
* Conception et réalisation d’un système graphique global pour l’identité visuelle, de logotypes et chartes graphiques associées
* Campagne de communication de lancement de la nouvelle marque
* Appui au déploiement

Le Centre des monuments nationaux souhaite se doter d’une **architecture de marque claire, cohérente, durable et évolutive,** afin de mieux structurer l’ensemble de ses entités, projets, communications et prises de parole. Ce chantier stratégique vise à définir et formaliser une organisation de marque globale, à travers la création d’une identité forte, identifiable et fédératrice.

Ainsi, le Titulaire sera notamment chargé de la :

* Définition d’une stratégie pertinente, cohérente, impactante et durable en termes d’architecture de marques, en cohérence avec la charte graphique de l’Etat et en lien avec la stratégie CMN 2030 – marque ombrelle, marques filles, marques monuments, marques filiales, marque label – et de la création de celles-ci.
* Création d’une charte graphique et éditoriale complète pour le Centre des monuments nationaux et l’application sur ses :
  + documents de communication multicanaux (print / digital / web / réseaux sociaux...), de promotion (documents à destination du grand public et à destination de professionnels) et de vente (abonnement, billetterie, bons de commande…)
  + signalétique
  + produits commerciaux : ouvrages édités par les Éditions du Patrimoine et produits dérivés édités par le département des Librairies-Boutiques de la Direction du Développement Economique et de la Relation Visiteurs.

Cette charte devra intégrer un kit de communication complet utilisable très facilement pour les monuments de son réseau : logo, carte de visite, affiches, flyer, programme, bannières web, vignette de profils réseaux sociaux, gabarit social media omnicanal, animation motion design, cartouche vidéo, panneaux d’accueil, ...

* Création d’une campagne de communication de lancement de la nouvelle marque – intégrant la recherche d’une base line propre à l’établissement en adéquation avec ses valeurs et son développement.
* Déclinaison de cette campagne de communication sur les supports de communication en fonction de la stratégie média qui sera retenue
* Appui au déploiement de la marque au sein de tout le réseau du CMN : siège, monuments, filiales, etc.

## Diagnostic et objectifs stratégiques

Les nouvelles orientations stratégiques de CMN 2030 invitent à faire évoluer l’identité de marque de l’établissement. La précédente identité, datant de 2007, doit être repensée au regard des nouveaux enjeux de CMN 2030. L’évolution des usages numériques et en particulier l’importance des réseaux sociaux invite également à repenser l’identité de marque d’un point de vue fonctionnel, avec un enjeu fort de visibilité et lisibilité durables, ainsi que de de soutenabilité économique.

## Etat des lieux

Un diagnostic de marque complet a été réalisé par l’agence Graphéine. (Voir l'annexe 03 - Audit Graphéine - identité). Les principaux enseignements en sont la dilution de la charte graphique initiale au fil du temps, sa non-appropriation complète par le réseau, un éparpillement visuel et la création de marques « commerciales » éclectiques venant brouiller la communication globale.

L’exemple ci-dessous (Arc de Triomphe) résume bien la situation : en suivant le parcours visiteur, on peut recenser jusqu’à 6 expressions de marque différentes.

Une image contenant texte, capture d’écran, Site web, Publicité en ligne

Le contenu généré par l’IA peut être incorrect.

En parallèle, il apparait également que le logo actuel créé il y a une dizaine d’années, s’il a des qualités (polychromie, un caractère ludique, à manifester une famille, typos Robust assez bien identifiée), manque d’impact aujourd’hui et est mal adapté aux nouveaux usages numériques, en particulier aux réseaux sociaux. En print également, la marque peine à ressortir visuellement et est souvent peu lisible sur les petits formats.

Une réorganisation globale de la marque institutionnelle et des marques de monuments semble indispensable. Un travail de plateforme de marque et une réflexion sur l’architecture de marque ont donc été réalisés. L’ensemble de ces documents seront fournis aux candidats sélectionnés pour remettre une offre.   
(Voir l'annexe 04 - Audit Graphéine - plateforme)

## Nouvelle dénomination de marque

Dans la suite logique de CMN 2030, une réflexion aboutissant à un changement de dénomination sera présentée aux candidats sélectionnés pour remettre une offre.

Le nom qui pourrait être choisi par le CMN pour la nouvelle marque ombrelle serait « Les monuments nationaux ». (Voir l'annexe 05 - Naming Graphéine)

## Objectifs du projet

La future identité de marque s'inscrit dans une démarche globale de repositionnement de la communication du CMN et de ses 110 monuments. Ce projet ambitionne de construire une marque forte et visible. Il s’agit de renforcer l’identité et la notoriété des actions de l’établissement, affirmer ses valeurs et sa singularité, tout en soutenant l’identité propre à chaque site ou à certaines activités spécifiques (éditions, Institut, Incubateur etc.). Cette marque doit incarner l’esprit unique du réseau pour mettre en lumière sa vitalité et assurer son attractivité pour les publics, les collaborateurs, les partenaires et les professionnels.

Objectifs :

• Uniformité : apporter une cohérence visuelle s’appuyant sur des critères garantissant une application homogène des codes constituant l'univers de communication ;

• Crédibilité et visibilité : renforcer la notoriété du CMN grâce à une image plus attractive, capable d’inspirer la confiance et de refléter fidèlement l’identité et les valeurs de l’institution ;

• Durabilité : s’adapter aux changements en étant capable de répondre aux nouveaux besoins et attentes, sans compromettre son intégrité (résistance aux tendances passagères, flexibilité et polyvalence par rapport à l’émergence de nouveaux supports et/ou usages et/ou sites et monuments).

• Dimension collective : mobiliser les parties prenantes — équipes du siège et des monuments — autour de la nouvelle identité. Capacité à assumer et refléter la diversité actuelle et à venir du réseau. Favoriser la compréhension, l’appropriation et l’adhésion en interne, pour un déploiement cohérent, partagé et accompagné sur la durée.

• Affirmation du service public : la nouvelle marque devra s’inscrire et respecter le cadre de la charte graphique de l’Etat déployée par le Service d’information du Gouvernement (SIG).

## Architecture de marque

Une logique d’architecture de marque forte, cohérente et flexible, traitant de la relation entre la marque ombrelle, les marques-filles, les marques « Monuments » et les marques « filiales », devra être élaborée

* La marque institutionnelle « ombrelle » du CMN s’adressera au grand public mais aussi aux cibles professionnelles et B to B : professionnels du patrimoine, mécènes, acteurs institutionnels et territoriaux, acteurs du monde de la culture, etc. Le CMN doit apparaître comme l’acteur incontournable du patrimoine français au plan national (et international).

La marque ombrelle sera également utilisée dans toute la communication corporate et marque-employeur, notamment en communication interne.

* Les marques-filles :
  + « Éditions du patrimoine », « Incubateur du patrimoine », « CMN institut », etc.

Il existe une diversité d’activités transversales ou parallèles nécessitant un marquage particulier. Ces marques seront pensées en cohérence avec la marque institutionnelle, tout en proposant un certain degré de singularité pour s’adapter aux projets et thématiques qu’elles valorisent.

* + Les marques-monuments : Au sein de l’architecture de marque du CMN, les monuments représentent une catégorie à part entière. Ils incarnent l’ancrage territorial, la diversité patrimoniale et l’expérience visiteur. Le logo de chacun doit reprendre la marque ombrelle tout en transmettant la singularité de chaque lieu, son récit, son univers.

On notera qu’à ce jour, il y a 110 monuments dans le réseau, de renommée, de nature éclectique et d’envergures disparates. La liste complète des monuments est consultable sur le site internet du CMN. Cette liste pourrait être amenée à évoluer dans le temps. L’architecture de marque devra donc prendre en compte les évolutions possibles du périmètre. Concernant la déclinaison des marques-monuments sur des produits dérives, l’ensemble des recommandations est en annexe (Voir l'annexe 06 - Produits dérivés).

* Les marques « filiales », en particulier celle du National Trust à la française (dont le nom reste à définir) : Dans une logique de diversification de ses activités du CMN, la création de marque filiales pourra être envisagée à court terme, dans le cadre du projet de National Trust à la française. Il s’agira de penser une marque parfaitement cohérente et alignée avec la marque ombrelle, tout en ayant son identité propre.

L’entité sera juridiquement distincte, portera sur des projets commerciaux ou économiques. Le lien avec la marque institutionnelle sera visible et explicite, mais le ton sera plus entrepreneurial et orienté solutions.

Et cela concernera également la carte d’abonnement (aujourd’hui appelée «*Passion monument* ») dans sa nouvelle version liée au National Trust, pour passer d’une logique d’abonnement à une logique d’engagement.

* Une marque « Label » : Il s’agira de créer un signe de reconnaissance qui atteste d’une qualité, d’un savoir-faire, d’un engagement en conformité des valeurs et standards portés par le CMN. L'objectif est de renforcer la visibilité de l’établissement comme un référent national en matière de patrimoines culturels et de bonnes pratiques (accueil, conservation, transmission, durabilité...).

Ce label pourra être apposé sur des produits, et sur tous les éléments concernant la communication en boutique (Voir l'annexe 06 - Produits dérivés) des événements, des partenariats ou des lieux associés (hors réseau).

La marque institutionnelle ombrelle apparaîtra comme une marque de caution, garante d’un haut standard de service public. Elle sera aussi le marqueur de l’appartenance du monument à un réseau plus grand.

Le candidat sera force de proposition pour résoudre la question de cette architecture de marque complexe, qui devra respecter en outre la charte graphique de l’Etat.

Une attention toute particulière devra être portée sur la facilité de déploiement, de prise en main et de pilotage de cette architecture de marque. En effet, seule une partie des monuments dispose d’un chargé de communication, très rarement à temps plein, souvent non professionnel de la communication et sans compétences en termes de graphisme, et il est fréquent que la communication soit pilotée pour tout ou en partie par la direction de la communication du CMN. Il est donc indispensable que l’utilisation de la nouvelle marque soit simple d’usage, fluide et parfaitement adaptée à notre réseau.

## Identité visuelle

### Marque ombrelle

Le logotype de la marque institutionnelle « les monument nationaux » devra être créé afin d’être plus visible, plus impactant et plus « responsive ».

Il devra en particulier être conforme et agile aux usages numériques en cours (réseaux sociaux, motion design, chromie...), aux règles d’accessibilité en ligne et aux règles ortho-typographiques de la langue française. L’usage du logo actuel est problématique lorsqu’il s’inscrit par exemple dans les contraintes de réseaux sociaux. Il résiste mal à la réduction de son format et aux multiples formatages entre horizontal, vertical, carré et rond. Un problème d’homothétie rend le titre trop petit pour être lisible. La multiplicité des picto de monuments crée une vibration visuelle et une hantise oculaire, qui masque le titre du logo.

Compte tenu de la flexibilité et de la durabilité attendues, le nouveau logo devra répondre autant aux différentes contraintes d’usages de récit, d’impact, d’agilité et d’accessibilité. Il devra aussi s’adapter aux multiples cas de figure d’intégration et de composition, notamment pour des co-signatures avec les marques filles, monuments et label.

### Identité visuelle des marques-filles

La définition des identités visuelles des marques-filles :

• Éditions du patrimoine

• Incubateur du patrimoine

• CMN institut

• Carte Passion Monuments (carte d’abonnement)

• Boutique du Patrimoine

### Identité visuelle de 110 marques monuments

La définition des identités visuelles des 110 marques monuments.

Il est à noter que certains monuments disposent déjà de marques propres (Arc de Triomphe, Monastère de Brou, Cité internationale de la langue française, Hôtel de la marine…). Ces identités visuelles existantes seront à prendre en compte et intégrer dans la nouvelle architecture de marque. Un principe de co-signature ou de composition combinée sera attendu pour ces cas particuliers déjà existants. En revanche la création de nouvelles marques propres n’est pas envisagée a priori.

### Identité visuelle du National Trust à la Française

La définition de cette identité visuelle sera prioritaire et revêtira de forts enjeux.

Il s’agira de penser une marque parfaitement cohérente et alignée avec la marque ombrelle tout en ayant son identité propre, avec possiblement un nom ou une accroche différente. Le ton sera plus entrepreneurial et orienté solutions, dans l’optique d’une dynamique d’engagement fort du public.

### Contraintes et opportunités

* Une démarche écoresponsable

Dans le droit fil des engagements du CMN, la conception de l'identité visuelle doit s'adosser sur un graphisme (couleurs, formats, typos…) et une communication écoresponsable.

* Un investissement raisonné et raisonnable

Dans un contexte budgétaire contraint pour les services de l’Etat, la dépense d'investissement engagée pour la refonte de la marque devra être justifiée et raisonnée et ses coûts de déploiement et en fonctionnement anticipés et soutenables. La priorité sera donnée, en matière de calendrier de déploiement, aux évolutions digitales, puis print, et enfin signalétique.

* Un outil partagé fonctionnel et simple d'usage

La charte graphique des nouvelles identités visuelles développées sera mise à disposition via une plateforme de marque qui permettra d'exposer leurs valeurs intrinsèques, communes et spécifiques, de visualiser les principes de construction et télécharger les fichiers techniques tels que logotypes, iconothèque, gabarits des formats les plus courants organisés suivant les catégories d'usage. Cet outil à destination des services et des partenaires, a pour but une vision transversale, simple d’accès et d’usage et partagée des identités et de leurs usages.

* Cohabitation temporaire avec l’ancienne marque

Au regard de la réalité économique du déploiement d’une nouvelle marque à l’échelle de 110 monuments, la nouvelle stratégie de marque devra trouver une forme de compatibilité avec la précédente identité visuelle, en particulier pour ce qui concerne la signalétique dans les monuments. La nouvelle et l’ancienne identité visuelle devront pouvoir cohabiter plusieurs mois voire plusieurs années, le temps que l’ensemble des supports soit mis à jour.

# Description des prestations

## Conception, création de l’architecture de marque, logo et identité visuelle, et mise en œuvre de cette nouvelle identité (TRANCHE FERME)

### Prestations attendues

Accompagnement stratégique

* Définir les objectifs à atteindre et le positionnement souhaité en termes d’image et de message. Cela inclut une compréhension précise de la vision, de la mission et des valeurs du CMN au regard de son histoire, du projet CMN 2030 et de la plateforme de marque.
* S'assurer que tous les aspects du projet soient pris en compte afin de guider efficacement les futures étapes du processus créatif. Cela implique une analyse complète des besoins, des contraintes et des attentes de l’institution.

Conception de l’architecture de marque

L’avant-projet sommaire permettra de dégager les pistes de travail qui seront explorées dans la phase de conception. Ce scénario servira de base pour le développement de l’architecture de marque.

Le prestataire accompagnera la présentation de chaque proposition d'un argumentaire détaillé, justifiant les choix retenus et démontrant la pertinence des créations au regard des objectifs stratégiques.

Un arbre décisionnel et/ou un cahier de règles seront établis afin de faciliter les futures créations de marques. L’ensemble de ces règles de fonctionnement seront référencées dans un chapitre dédié du livre de marque.

Conception de l’identité visuelle

Sur la base de l’avant-projet sommaire, en tenant compte des remarques des équipes du CMN, le prestataire développera un avant-projet détaillé.

Il pourra être demandé au prestataire de revoir plus amplement tel ou tel aspect de son projet. Ainsi pour chaque concept visuel proposé, le prestataire devra créer des prototypes et maquettes réalistes, démontrant comment ces concepts peuvent être appliqués sur divers supports (imprimés, numériques, signalétiques, incluant des supports en anglais, etc.).

Le prestataire accompagnera la présentation de chaque proposition d'un argumentaire détaillé, justifiant les choix retenus et démontrant la pertinence des créations au regard des objectifs stratégiques.

Conception d’un guide d’utilisation graphique et éditorial

L’ensemble des éléments constitutifs de la future identité visuelle (codes graphiques, modèles, mises en situation, interdits, typographies…) devra être traduit et soigneusement documenté dans un guide de marque officiel.

Ce guide de référence garantira la cohérence et la bonne appropriation de l’univers quel que soit le support, les interlocuteurs (internes et externes) ou le contexte de diffusion. Ce document présentera les fondamentaux de l’identité, la philosophie du projet, le ton/le style/les formules, le territoire de la marque, l’architecture des marques, l’engagement, le récit, le message central, les règles d’usage et des modèles.

Une plateforme-outils pour le déploiement

Afin d’assurer la cohérence, la pérennité et la maîtrise de l’image de marque du CMN, il est impératif de mettre en place un outil de gestion des actifs de la marque ou « Brand Asset Manager » (BAM). Cet outil devra centraliser l’ensemble des ressources stratégiques de la marque (logos, chartes graphiques, visuels, guidelines, etc.) et en faciliter l’accès, la gestion et la diffusion auprès de toutes les équipes internes et partenaires externes. Cette plateforme garantira ainsi le respect des normes de la marque, la mise à jour en temps réel des contenus, et contribuera à une meilleure collaboration et efficacité dans le déploiement des campagnes.

Cette plateforme « boite à outils » visera à rendre l’utilisation de la marque simple, fluide et autonome tout en maintenant la rigueur nécessaire à sa cohérence.

La boîte à outils numérique (intranet et/ou plateforme web dédiés) doit permettre :

* Le téléchargement des ressources et fichiers sources (logo, gabarits, pictogrammes, etc.)
* Le kit de communication complet : modèles « prêt à l’emploi » d’affiche, de flyer, de document de saison, ppt, de template réseaux sociaux et vidéos
* L'accès au guide de référence de la marque
* La mise à disposition de tutoriels, bonnes pratiques
* La création d’une FAQ et des contacts référents

Une plateforme de création collaborative pour les supports de communication

Afin de garantir une application cohérente et fluide de la nouvelle identité sur l’ensemble des supports, le CMN souhaitera mettre en place une plateforme collaborative de création graphique en ligne. Cette plateforme permettra aux équipes internes (Dicom siège / service communication des monuments / autres directions / pôles métiers... ) et, si besoin, aux partenaires habilités, de créer et adapter des supports (affiches, flyers, etc.) en autonomie, à partir de modèles validés et conformes à la nouvelle charte graphique.

Le titulaire du marché devra :

* Concevoir des gabarits graphiques modifiables adaptés aux différents canaux
* Intégrer l’ensemble de ces gabarits sur la plateforme choisie
* Organiser les contenus dans un espace structuré, en dossiers thématiques ou typologiques
* Fournir des fichiers exploitables dans des formats standards (PDF HD, .PNG, .MP4, .pptx…)
* Rédiger une notice d’utilisation claire de la plateforme

Cette plateforme viendra compléter la boîte à outils de la marque, en offrant une solution de production graphique décentralisée mais normée.

L’abonnement à la plateforme et la gestion des licences utilisateurs seront assurés par le CMN.

Un dispositif de formation et d’accompagnement des utilisateurs internes

Pour une appropriation fluide de la nouvelle identité, un plan d’accompagnement sur mesure sera nécessaire pour former et outiller l’ensemble des équipes (direction de la communication, monuments, directions-métiers). Il visera l’autonomie pour tous les usages, tous les métiers :

* Prévoir une campagne de communication interne pour présenter la refonte de marque,
* Prévoir des sessions de formation (en présentiel et en ligne) selon les profils (communicants, administrateurs...)
* Mettre en place une cellule “référents marque” pour l’accompagnement de proximité
* Prévoir les outils pédagogiques (print et digitaux) et la prise en main de la plateforme de création collaborative
* Fournir un planning de formation et un kit agent pour le lancement

Suivi post-livraison

Il sera demandé au prestataire de prévoir, en fin de projet, une présentation officielle de la nouvelle identité de marque du CMN.

Le prestataire prévoira également une prestation de formation interne puis d’assistance post-livraison pendant 12 mois afin de permettre aux utilisateurs concernés, une prise en main facilitée et une interprétation correcte des codes graphiques qui y seront consignés.

Dans le cadre de cette assistance, le prestataire proposera un service de support pour répondre aux questions et aider à résoudre les problèmes liés à l'application de la charte graphique. Il offrira également un soutien en continu sur une période de 12 mois pour les ajustements et les mises à jour nécessaires en fonction des retours d'expérience et des nouvelles exigences. Enfin, il formera un réseau de formateurs internes chargés de poursuivre l’appui au réseau passé ces 12 mois.

### Eléments constitutifs d’une future identité visuelle

Territoire graphique

Le territoire graphique désigne l'ossature de la future identité visuelle. Il sera constitué par un ensemble d’éléments visuels et stylistiques destinés à asseoir l’image du CMN. Lors de la phase de création, il sera demandé au titulaire de concevoir un matériel de communication incluant :

**• Une palette de couleurs :** définition d’un nuancier intégrant les couleurs à conserver, modifier ou introduire ainsi que les combinaisons à privilégier pour garantir une harmonie visuelle. La palette de couleur pourra être utilisé pour différencier marque ombrelle, marques filles, marque Monuments et marque filiales.

**• Des typographies :** sélection de polices de caractères à utiliser dans tous les supports de communication en prenant soin de prévoir une sélection adaptée à différents usages et supports (Mac, PC, variantes ou alternatives web, polices de caractère de substitution).  
  
Compte tenu de l’étendue de la diffusion, un choix de typographie libre de droits est demandé.

- Pour l'édition : fourniture de jeux de polices pour les titres, les sous-titres et le corps de texte, afin de créer une hiérarchie visuelle claire ;

- Pour le web : les polices fournies pour l’édition doivent pouvoir être disponibles pour une utilisation web. Celles-ci doivent être spécifiquement optimisées pour une utilisation en ligne (polyvalence sur différents écrans) ;

- Pour la bureautique : dans la mesure où les polices principales ne seraient pas disponibles sur tous les systèmes informatiques, des alternatives de substitution devront être prévues.

**• Une iconographie :**

- Photographies et images : orientations sur le style de photographies et le type d'images à utiliser ou à éviter

- Illustrations :production d’une gamme de 30 pictogrammes cohérents, de motifs récurrents et d’arrière-plans décoratifs (patterns) destinés à enrichir l’expérience visuelle et embellir les designs.

- Polices : Un choix de polices lisibles avec différents niveaux de lecture pour la signalétique et la médiation numérique (application mobiles, dispositifs multimédias)

- Principes de composition : conception de guides visuels standardisés permettant d’articuler correctement les éléments graphiques et textuels sur différents supports (ex : grille, mise en page, alignement, espacement, repérages visuels, templates vidéos, etc.)

### Périmètre d’application – livrables

Les supports de communication imprimés et digitaux

**Les supports imprimés**

* Papeterie : lettres et courriers administratifs, cartes de visite et de correspondance, papier à en-tête, enveloppes ;
* Publications grand public, jeunesse et scientifiques : livres, magazines, brochures, dépliants, flyers ;
* Produits images : cartes postales, marque-pages, affiches ;
* Relations publiques : communiqués de presse, dossiers de presse, cartons d’invitation ;
* Documentation institutionnelle : guides, notices, rapports annuels, etc. ;
* Documentation interne & RH : guide d’accueil, fiches pratiques, règlements, fiche de paie, etc ;
* Documentation promotionnelle : affiches promotionnelles, billetterie, PLV, etc.  ;

**Les supports digitaux**

* Site web institutionnel et tous les sites web des monuments et tous les autres sites des marques filles du CMN : logo, footer/header, police de l’arborescence, codes couleurs de l’habillage et du titrage, visuels à la une, bannière, vignette, etc. ;
* Réseaux sociaux (Facebook, Youtube, Instagram, TikTok et LinkedIn) : photo de vignette, photo de couverture, template fixe, template animé, filigrane, etc. ;
* Vidéos : cartouche de générique pour réel, interview, vlog, reportage, spots promotionnels, des sponsorisations, etc.;
* Habillage pour des écrans numériques et applications ;
* Présentations pour des réunions ou conférences : masques PowerPoint, fonds d’écran M 365 ;
* Signatures électroniques.

**Les supports d’information**

* Signalétique extérieure et intérieure des bâtiments qu’elle soit directionnelle ou culturelle ;
* Dispositifs de médiation : panneaux, ours d’exposition, guides de visites/concerts/monuments,
* Panneaux de chantier temporaires ;
* Vêtements de travail, équipements et marquage de véhicules.

**Les supports évènementiels**

* Habillage de stands et présentoirs ;
* Matériel d’exposition : roll-up, banderoles, drapeaux, kakemonos, fronton de pupitres, etc.
* Supports promotionnels / goodies : tee-shirts, casquettes, sacs, stylos, mugs, badges, stickers, etc.

**Les supports commerciaux**

* Produits dérivés :

Marque-Label :

* + - Déclinaison de la charte graphique de la marque-label pour 3 lignes de produits
      * « Hospitalité »
      * « Passionnés de patrimoine »
      * « Jeune Public »
    - Pour chaque ligne, nous souhaitons disposer d’un guide de style détaillé
* Boutiques physiques et boutique en ligne :

L’ensemble des livrables demandés sont détaillés en annexe (Voir l'annexe 06 – Produits dérivés).

Un kit de communication : avec des gabarits d’affiche, flyer, réseaux sociaux, développés pour la communication locale événementielle en boutique.

## Campagne de communication de la nouvelle marque (TRANCHE OPTIONNELLE)

Il s’agit de mettre en place une campagne de communication multicanal visant à faire connaitre aux professionnels et au grand public la nouvelle marque ainsi que les actions du CMN :

* + Élaboration d’une stratégie, sur la base d’un brief : Cette prestation consiste à élaborer une stratégie pour la campagne de communication (incluant relations presse/publiques, marketing, événementiel, digital, etc.). Cela comporte les livrables suivants :
    - une recommandation stratégique détaillée : risques et opportunités, analyse des cibles, benchmark, positionnement à adopter, partis pris stratégiques, etc.) ;
    - une proposition d’un plan opérationnel (stratégie des moyens, messages et supports avec un calendrier optimisé, etc.). Le media planning de ce plan devra être travaillé en lien avec les agences d’achat d’espaces publicitaires actuellement prestataires du CMN.
  + Élaboration du concept créatif de la campagne : Cette prestation consiste à élaborer un concept créatif qui peut être décliné sur les différents médias et canaux. Les livrables sont une ou des proposition(s) créative(s) qui comprennent :
    - une recommandation de partis pris créatifs : tonalité, style, une phrase-clé (slogan / signature de campagne)
    - un territoire visuel (partis pris iconographique, univers visuel destinés à 1 ou plusieurs médias (ex. affichage, TV, radio, Internet, réseaux sociaux…)
    - Une fois validé le concept créatif, déclinaisons sur tous les supports nécessaires au déploiement de la campagne.

La tranche optionnelle sera affermie au plus tard dans un délai de deux ans à compter de la notification du contrat.

Aucune indemnité d’attente ou de dédit pour non-affermissement de la tranche optionnelle par le pouvoir adjudicateur ne sera versée au titulaire.

## Equipe souhaitée et attendue

Cette mission suppose un titulaire ayant déjà créé et développé des marques et campagnes de lancement dans des institutions ou structures ayant des problématiques de réseau complexe, si possible dans le secteur public. Des références/expériences en matière de création de marques (nationales ou internationales) sont demandées.

Il devra être capable d’une grande adaptation dans l’exécution des prestations en présentant les caractères suivants :

* une grande disponibilité ;
* une bonne capacité créative et une sensibilité forte aux évolutions des tendances (sociétales, consommations, styles, culture…) ;
* un bon sens de synthèse pour rendre lisible les valeurs du CMN ;
* une agilité pour comprendre les spécificités de fonctionnement du CMN pour un bon déploiement de la nouvelle marque ;
* une parfaite maîtrise des logiciels Suite Adobe Creative (InDesign, Illustrator, Photoshop…) et des plateforme de design graphique en ligne ;
* une bonne connaissance de la chaîne graphique et des différents processus d’impression ;
* une curiosité pour tous modes et supports de communication.

Le titulaire devra par ailleurs faire preuve tout au long de l’exécution de l’accord-cadre, d’une très grande réactivité dans l’exécution des prestations.

Un contact unique, point d’entrée fédérateur des équipes pluridisciplinaires au sein de l’équipe, devra être défini.

Le Titulaire devra définir une stratégie ambitieuse et durable, la faire approuver par le CMN, la mettre en œuvre et la déployer avec une organisation performante, et en cohérence avec l’image qu’entend porter le CMN.

La nouvelle marque présentée et son identité visuelle devront respecter :

* la philosophie du projet,
* les valeurs du CMN,
* la plateforme de marque du CMN.

## Calendrier et livrables attendus

**Notification envisagée – décembre 2025**

**Délai prévisionnel de la tranche ferme :**

**1er trimestre 2026 :**

* Architecture de marques :
  + - * + Institutionnelle
        + Marque filles
        + Marques monuments
        + Filiale
        + Label
* Guide d’utilisation, charte, philosophie du projet

**Délai prévisionnel de la tranche optionnelle :**

**2ème trimestre 2026 :**

1. Déploiement en interne :

- Campagne de communication interne (pour les équipes)

- Formations internes pour le déploiement (plateformes)

- Kit de communication pour les monuments

- Gabarits spécifiques (BPU)

2. Déploiement en externe :

Campagnes de communication externe

# Procédure de passation du marché

Le marché est passé selon la procédure d’appel d’offres ouvert en application des articles L.2124-2 et R.2124-2, R.2161-2 à R.2161-5 du Code de la commande publique.

Il s’agit d’un accord-cadre par émission de bons de commande ou par marchés subséquents. L’accord-cadre est mono attributaire.

# Délai de validité des offres

Les pièces transmises par le candidat sont soumises à un délai de validité des offres de 6 mois calendaires à compter de la date limite de remise des offres.

# Pièces constitutives du marché

La signature du présent CCP-AE emporte acceptation des pièces constitutives du marché.

Par dérogation à l’article 4.1 du CCAG-PI, les pièces contractuelles régissant le marché sont, par ordre de priorité décroissante, les suivantes :

**Pièces contractuelles de l’accord-cadre :**

* Le présent Cahier des Clauses Particulières valant Acte d’Engagement (C.C.P-A.E) et ses annexes
* La décomposition du prix globale et forfaitaire (DPGF)
* Les Bordereaux des Prix Unitaires (B.P.U) ;
* Le Cahier des Clauses Administratives Générales applicable aux marchés publics de prestations intellectuelles (C.C.A.G.-P.I.) approuvé par l’arrêté du 31 mars 2021.
* Le mémoire technique présenté par le Titulaire dans son offre
* Les bons de commande établis au titre de l’accord-cadre à bons de commande

**Pièces contractuelles des marchés subséquents conclus sur la base de l’accord-cadre :**

* L’acte d’engagement du marché subséquent ou, le cas échéant, le(s) bon(s) de commande valant acte d’engagement pour les marchés subséquents dont le montant est inférieur à 40 000,00 € HT ; et ses annexes (dont pièces financières) ;
* Le Cahier des Clauses Techniques Particulières du marché subséquent ou la demande initiale lorsqu’elle comprend des prescriptions techniques complémentaires à l’accord-cadre ;
* L’offre financière établie sur la base des prix plafonds du bordereau de prix – marque commerciale de l’accord-cadre ;
* Le cas échéant, l’offre technique du Titulaire, spécifique au marché subséquent ;
* Le calendrier détaillé d’exécution des prestations ;
* Les actes spéciaux de sous-traitance et leurs avenants, postérieurs à la notification du marché.

Seul l’original de ces pièces conservé dans les archives du Centre des monuments nationaux fait foi. Les pièces générales ne sont pas jointes au présent marché. Elles sont réputées connues des parties en présence, la signature des pièces particulières entrainant leur acceptation.

Les documents applicables sont ceux en vigueur au premier jour du mois d'établissement des prix. Le Titulaire doit se tenir informé de l'évolution de la législation et de la réglementation ainsi que de l'homologation des normes.

En cas d'évolution, pendant le déroulement des prestations, des normes ou règlements auxquels le présent CCP-AE ou tout autre document constituant le marché se réfèrent, le Titulaire doit en informer par écrit le Pouvoir adjudicateur pour convenir avec lui de la prise en compte ou non de cette évolution.

Cette information doit être accompagnée d'une analyse, au moins sommaire, des incidences de ces évolutions sur le marché. La décision du Pouvoir adjudicateur est alors notifiée par écrit au Titulaire dans un délai de trois (3) semaines. À défaut de notification, cette évolution n'est pas prise en compte.

En l'absence d'initiative du Titulaire, celui-ci est réputé avoir intégré cette évolution dans ses prestations, sans incidence sur le prix de sa rémunération.

**Remarques :**

En cas de contradiction, la pièce de rang le plus élevé prévaut.

Une contradiction s'entend d'une impossibilité radicale d'appliquer simultanément deux stipulations. Si tel n'est pas le cas, les stipulations sont considérées comme complémentaires et s'appliquent.

Cette disposition est d'application générale, sauf dans les cas suivants :

* Lorsqu’une indication est manifestement erronée (erreur de frappe ou d'impression) et aboutirait à une réalisation aberrante ; l'indication qui apparaît manifestement comme étant la plus logique sera alors d'application même si elle figure dans une pièce de moindre priorité,
* En cas d'accord intervenu entre les parties concernées par la contradiction.

**Engagements unilatéraux du titulaire :**

Les documents présentés par le titulaire à l'appui de son offre constituent des engagements unilatéraux de sa part vis-à-vis du Pouvoir adjudicateur qui pourra par conséquent à tout moment, exiger de l'entrepreneur le strict respect des dispositions contenues dans ces documents. En revanche, s'agissant d'engagements unilatéraux du titulaire, ils ne lui confèrent pas de droits, de sorte que ce dernier ne pourra s'en prévaloir d'une quelconque manière, notamment à l'appui d'une quelconque forme de réclamation au motif notamment que les moyens et méthodes effectivement mis en œuvre pour réaliser les prestations (objet du marché) diffèreraient de ceux qu'il avait décrits dans son offre technique et dans les conditions de prix et de délais convenues.

# Durée de l’accord-cadre

L’accord-cadre est conclu pour une durée de deux (2) ans à compter de sa date de notification.

Il peut être reconduit tacitement deux (2) fois pour une durée d’un an sans que sa durée totale n’excède quatre (4) ans. Le Titulaire ne peut refuser la reconduction de l’accord-cadre.

Si le pouvoir adjudicateur ne souhaite pas reconduire l’accord-cadre, il en informe le Titulaire au moins un (1) mois avant l’échéance annuelle de l’accord-cadre ; le Titulaire ne saurait prétendre à une indemnité du fait de la non-reconduction de celui-ci.

# Correspondants

## Correspondant du Centre des monuments nationaux

Le correspondant du Centre des monuments nationaux, chargé de l’exécution du présent accord-cadre, est la Directrice de la communication ou son représentant, qui sera l’interlocuteur principal du Titulaire du présent accord-cadre.

La Direction de la communication est le référent pour la validation. Son accord préalable et signifié par écrit au Titulaire sera un prérequis à toute validation d’identité graphique et après avoir été soumis au Comité de validation.

Laure Quivogne - cheffe du pôle communication externe – sera l’interlocutrice.

## Correspondant du titulaire

Afin de faciliter l’exécution du présent accord-cadre et pour assurer un suivi de qualité, le Titulaire s’engage à communiquer aux interlocuteurs du Centre des monuments nationaux énoncés ci-dessus les coordonnées précises d’un correspondant (nom, adresse, téléphone, fax, e-mail).

L’équipe du Titulaire est qualitativement et quantitativement adaptée à la nature des prestations qu’il assure aux différentes périodes de sa mission, ainsi qu’aux conditions et objectifs particuliers des prestations.

La bonne exécution des prestations dépendant d’une part de la qualité du responsable chargé de la conduite des prestations, d’autre part de la composition quantitative et qualitative de l’équipe, le Titulaire a l’obligation de maintenir les moyens humains nécessaires à l’accomplissement des prestations; il s’engage en outre, si cela s’avère nécessaire pour mener à bonne fin les missions définies dans le présent accord-cadre, à augmenter l’effectif de son équipe sans accroissement de sa rémunération.

Si en cours d'exécution du présent accord-cadre, la ou les personne(s) désignée(s) dans l'offre venai(en)t à être remplacée(s), le Titulaire a obligation :

* d'en aviser immédiatement le représentant du Centre des monuments nationaux,
* de lui communiquer dans un délai de quinze (15) jours à compter de l'avis d'information fait au représentant du Centre des monuments nationaux le nom, les titres ainsi que les coordonnées du ou des remplaçant(s),
* de prendre toutes les dispositions nécessaires pour que la bonne exécution des prestations ne s'en trouve pas compromise.

Au vu des éléments fournis, le représentant du Centre des monuments nationaux se réserve le droit de récuser le(s) remplaçant(s) dans un délai d’un (1) mois à compter de la réception des informations concernant le(s) remplaçant(s). Le Titulaire devra alors proposer un remplaçant dans les conditions fixées à l'alinéa précédent.

# Modalités de suivi et validation

Le Titulaire devra soumettre au CMN les livrables décrits à l’article 3 du présent CCP-AE.

Le CMN peut demander des corrections des livrables remis s’il les juge insuffisants ou non conformes aux objectifs et à la ligne définie par la stratégie fournie. Le Titulaire s’engage à apporter les corrections demandées. Cette phase peut être répétée si nécessaire jusqu’à validation totale et définitive du CMN par écrit, dans les conditions fixées à l’article 11.

Les procédures d’approbation liées au marché seront à respecter.

# Emission de bons de commande et passation des marchés subséquents

## Prestations par bons de commande

Sur la base des prix unitaires mentionnés dans le Bordereau des prix unitaires (BPU-CMN), le CMN établira un bon de commande pour l’exécution d’une ou des prestations listées au BPU. Les bons de commande peuvent être notifiés au titulaire jusqu’à la fin de l’accord-cadre.

Le bon de commande reprend les prix du BPU, les prestations listées, indique les délais de réalisation et toutes autres informations nécessaires à l’exécution de la commande.

Le bon de commande mentionne notamment :

- nom et adresse du titulaire,

- référence et objet de l’accord-cadre,

- le lieu de livraison,

- le délai d’exécution,

- les références nécessaires à la dépose des factures sur CHORUS Pro

- les prestations commandées,

- les quantités,

- montant total H.T. et T.T.C.

Les bons de commande peuvent être notifiés au titulaire jusqu’à la fin de l’accord-cadre et par tout moyen.

Toute prestation exécutée avant la date de notification du bon de commande conclu sur le fondement de l’accord-cadre reste à la charge du Titulaire, sans recours possible contre le pouvoir adjudicateur.

Sauf disposition contraire prévu dans le bon de commande, les délais d’exécution courent à compter de la réception du bon de commande et ses éventuels éléments annexés (documents et fichiers définitifs) nécessaires à l’exécution des prestations par le Titulaire.

Il est précisé que le(s) bon(s) de commande(s) pourront continuer à s’exécuter au-delà de la date de validité de l’accord-cadre dans une limite de 6 mois seulement dans le cas où celui-ci aurait été engagé par le pouvoir adjudicateur durant la date de validité de l’accord-cadre.

## Prestations par marchés subséquents

Le Pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité, pendant toute la durée de l’accord-cadre, de recourir à des marchés subséquents pour des prestations portant sur la déclinaison de la marque pour des produits dérivés, la boutique en ligne et les boutiques physiques. Ces prestations sont identifiées dans le bordereau de prix unitaires – marque commerciale.

Chaque marché subséquent fera l’objet d’une consultation dont les modalités sont décrites ci-après.

### Délai de réponse

Sauf stipulations particulières, le Titulaire disposera d’un délai maximum de dix (10) jours ouvrés pour répondre à une consultation lancée par le Pouvoir adjudicateur.

Le délai laissé au Titulaire pour répondre à une consultation pourra, eu égard à la complexité de la/des prestation(s) demandée(s), bénéficier d’un délai plus long ou d’une prolongation du délai susmentionné.

### Modalités de consultation

Le marché subséquent peut revêtir la forme d’un Acte d’Engagement mais aussi d’un bon de commande lorsque le montant du marché subséquent est inférieur à 40 000,00 € HT.

La composition du marché subséquent est précisée dans la lettre de consultation.

Le Pouvoir adjudicateur adressera au Titulaire du présent accord-cadre, les documents de la consultation relatifs au marché subséquent, à savoir :

1. La demande initiale (peut prendre la forme d’un courriel) ou lettre de consultation du marché subséquent ;
2. L’acte d’engagement du marché subséquent ou, le cas échéant, le(s) bon(s) de commande valant acte d’engagement pour les marchés subséquents dont le montant est inférieur à 40 000,00 € HT ; et ses annexes (dont pièces financières) ;
3. Le Cahier des Clauses Particulières (CCP) du marché subséquent ou la demande initiale lorsqu’elle comprend des prescriptions techniques et dispositions administratives complémentaires à l’accord-cadre ;
4. Le cas échéant, un calendrier prévisionnel d’exécution des prestations ;
5. Le cas échéant, un cadre de mémoire technique à compléter ;
6. Le cadre de décomposition du prix global et forfaitaire ou devis détaillé ;

Les modalités de remise de l’offre (dispositif mis en place pour la réception, date et horaire de remise de l’offre, documents constitutifs de l’offre, etc.) seront définies dans la demande initiale/lettre de consultation de chaque marché subséquent.

L’accord-cadre étant mono-attributaire, il n’est prévu aucune mesure de publicité ou de mise en concurrence. Cependant, le Pouvoir adjudicateur procèdera à une analyse de l’offre remise par le Titulaire afin de déterminer si celle-ci correspond à ses attentes en tous points (calendrier d’exécution, prix, méthodologie particulière, moyens humains et matériels mis à disposition, etc.).

Le Titulaire s’engage à appliquer les prix dans la limite des plafonds fixés figurant au bordereau de prix unitaires – marque commerciale, ce pendant toute la durée de l’accord-cadre. Le Titulaire est tenu de proposer sa meilleure offre financière, adaptée à la typologie et complexité de la demande dans la limite des prix plafonds.

Ce mécanisme s’entend hors révision des prix dans les dispositions convenues au marché.

### Modalités de notification des marchés subséquents

Pour les marchés par bons de commandes valant acte d’engagement (montants inférieurs à 40 000€ HT) :

Si l’offre remise par le Titulaire est conforme à la demande du représentant du Pouvoir adjudicateur, il sera informé et recevra un bon de commande valant acte d’engagement signé du Pouvoir adjudicateur qu’il devra contresigner et retourner au Pouvoir adjudicateur.

Pour les marchés subséquents avec acte d’engagement :

Si l’offre remise par le Titulaire est conforme à la demande du représentant du Pouvoir adjudicateur, il sera informé et recevra une copie de l’acte d’engagement.

### Mise au point

Conformément à l’article R.2152-13 du Code de la commande publique, le Pouvoir adjudicateur peut, pour chaque marché subséquent, en accord avec le candidat retenu, procéder à une mise au point des composantes du marché subséquent sans que les modifications puissent remettre en cause les caractéristiques substantielles de ce marché.

### Motivation de non-réponse et absence de réponse motivée

L’absence de réponse avec motivation valable sera sanctionnée conformément à l’article 17 du présent document.

# Modalité d’exécution des prestations – admission – garanties

Au fur et à mesure de la validation des prestations commandées, le Titulaire adressera au représentant du Centre des monuments nationaux (sous forme dématérialisée et sous forme papier en 1 exemplaire), les livrables prévus au présent accord-cadre.

L’ensemble des documents remis dans le cadre du présent accord-cadre font l’objet de la cession de droits prévue à l’article 24.

Par dérogation aux articles 28 et 29 du CCAG PI, le représentant du Centre des monuments nationaux dispose, pour procéder aux vérifications et notifier sa décision d’acceptation, d’un délai de 15 jours à compter de la remise du livrable à valider.

En cas de non-validation ou de demande de modification, le Titulaire s’engage à présenter un nouveau livrable ou un livrable modifié, sans supplément de prix ; le représentant du Centre des monuments nationaux dispose alors, pour donner son avis, du même délai que ceux indiqués ci-dessus.

La décision d’ajournement précisera le délai de reprise des livrables concernés.

# Montant du marché

Le montant du marché pour la TRANCHE FERME s’élève à la somme globale et forfaitaire de :

|  |  |
| --- | --- |
| Montant hors TVA | € |
| Taux de TVA (%) | % |
| Montant TVA incluse | € |

Montant global TTC de l’offre (en lettres)

........................................................................................................................................................................................................................................................................euros

Le montant du marché pour la TRANCHE OPTIONNELLE s’élève à la somme globale et forfaitaire de :

|  |  |
| --- | --- |
| Montant hors TVA | € |
| Taux de TVA (%) | % |
| Montant TVA incluse | € |

Montant global TTC de l’offre (en lettres)

........................................................................................................................................................................................................................................................................euros

Le montant total du marché (TRANCHE FERME et TRANCHE OPTIONNELLE) s’élève à la somme globale et forfaitaire de :

|  |  |
| --- | --- |
| Montant hors TVA | € |
| Taux de TVA (%) | % |
| Montant TVA incluse | € |

Montant global TTC de l’offre (en lettres)

........................................................................................................................................................................................................................................................................euros

Le cas échéant, répartition des prestations entre membres du groupement

La part à bons de commande et marchés subséquents est conclue sans montant minimum et avec un montant maximum de 1 500 000€ HT sur la durée totale du contrat.

# Modalités de détermination des prix

## Forme des prix

Le prix forfaitaire est détaillé dans la DPGF.

Les prix unitaires sont détaillés dans les BPU.   
Le titulaire est tenu de respecter les prix unitaires figurant sur les BPU.

Le montant du bon de commande correspondra à la valeur obtenue par application des prix unitaires aux quantités de prestations commandées et exécutées.

Pour le ou les marchés subséquents, les prix sont forfaitaires ou unitaires et détaillés dans le marché subséquent.

Sont applicables les taux de TVA en vigueur lors du fait générateur de la taxe au sens de l'article 269 du code général des impôts.

L’accord-cadre est conclu en euro hors taxes, les prix sont réputés comprendre l’ensemble des frais afférents à l’exécution des prestations et rémunèrent toutes les prestations intellectuelles et tous les frais connexes nécessaires à l'accomplissement de la mission.

Ils incluent toutes les charges fiscales, parafiscales ou autres frappant la prestation. Les prix sont exclusifs de tout autre émolument ou remboursement de frais au titre de la même mission. Les prix comprennent notamment :

* les frais d'assurance et de transport
* les frais de restauration et d'hôtellerie
* les réunions et entretiens
* les comptes rendus des réunions et entretiens
* les travaux de secrétariat
* les frais de reproduction et de diffusion des documents que le Titulaire doit établir dans le cadre de sa mission
* les livrables sur supports papier et électronique
* les matériels, fournitures et logiciels nécessaires à l'exercice de la mission
* les locaux
* la cession des droits, consentie à titre gracieux dans les conditions fixées à l’article 24,
* toutes les prestations nécessaires à la bonne exécution de la mission sont réputées incluses dans le marché forfaitaire, le marché subséquent ou bon de commande y compris lorsqu'elles ne font pas l'objet d'une stipulation spécifique

Cette liste n'est ni exhaustive ni limitative.

## Modalités de révision des prix

Le marché est conclu à prix révisables conformément aux articles R. 2112-13 à R. 2112-17 du Code de la commande publique.  
La présente clause s’applique à l’ensemble des prestations du marché, qu’elles relèvent de la tranche ferme, des tranches conditionnelles, des marchés subséquents ou des bons de commande.

Les prix de l’accord-cadre sont réputés établis aux conditions économiques du mois de remise de l’offre par le titulaire, dit mois d’établissement des prix « M0 ».

L’index de référence choisi en raison de sa structure pour l’actualisation des prix des prestations faisant l’objet du marché est l’indice Ingénierie (ING).

Le coefficient de révision Cn applicable pour le calcul est donné par la formule :

Cn = 0,125 + 0,875 In/I0

Les index In, et I0 sont les index de révision pris respectivement au mois d’exécution (dernier indice publié lors de la révision) et au mois M0 du marché.

Les prix de l’accord-cadre sont fermes pour la première année, soit pour une durée de douze (12) mois à compter de la notification. Ils sont révisables annuellement, à la demande du titulaire dans un délai de deux (2) mois avant la date anniversaire de l’accord-cadre.

Le titulaire transmet, lors de sa demande de révision, la DPGF et les BPU révisés et les détails du calcul des prix révisés.

Le correspondant du Centre des Monuments Nationaux fait connaître au titulaire son acceptation ou son refus dans un délai maximal de dix jours calendaires à compter de la réception du nouveau tarif.

En l’absence de réponse du Centre des Monuments Nationaux au terme du délai susmentionné, le nouveau tarif est considéré comme accepté et entre en vigueur à la date de reconduction de l’accord-cadre. L’ajustement peut s’opérer à la hausse comme à la baisse.

En cas de refus, le correspondant du Centre des Monuments Nationaux présente ses observations motivées par lettre recommandée. Le titulaire dispose d’un délai de dix jours calendaires à compter de la date de réception des observations pour y répondre et présenter le cas échéant un nouveau tarif.

A la réception de la réponse du titulaire, un nouveau délai de dix jours calendaires commence à courir.

Si aucun accord ne peut intervenir, l’accord-cadre pourra être résilié par le Centre des Monuments Nationaux sans indemnité.

Les prix ainsi révisés restent fermes entre chaque révision.

# Modalités de règlement

## 

## **Acomptes**

Les prestations du marché pourront être partiellement réglées avant leur achèvement par acomptes dans le cas où leur délai d'exécution est important afin que l'intervalle entre deux paiements successifs n'excède pas trois mois (ou un mois sur demande du Titulaire conformément à l’article L.2191-4 du code de la commande publique).

Il est précisé que, conformément aux dispositions du CCAG-PI et notamment à son article 11, les lignes de prix composant la Décomposition du Prix global et Forfaitaire (DPGF) peuvent être fractionnés si la prestation ou la partie de prestation à laquelle le prix se rapporte n'est pas achevée. Une fraction du prix, qui est égale au pourcentage d'exécution de la prestation est dans ce cas déterminée par la maîtrise d’ouvrage, sur proposition de la maîtrise d’œuvre.

## Production des factures

Les prestations prévues dans la décomposition du prix global et forfaitaire du présent accord-cadre seront réglées par application des prix indiqués dans la décomposition du prix globale et forfaitaire (DPGF) par acompte, après service fait, au prorata de l‘avancement de la prestation dans un délai qui ne saurait dépasser trois mois entre chaque acompte.

Les prestations à bons de commande seront réglées par application des prix unitaires du bordereau de prix unitaires (B.P.U.) aux prestations réalisées et dûment constatées par le CMN.

Les prestations faisant l’objet de marchés subséquents seront réglées par application des prix unitaires du bordereau de prix unitaires (B.P.U.) - marque commerciale aux prestations réalisées et dûment constatées par le CMN.

Les prestations exécutées feront l’objet d’une présentation de facture après « service fait », à l’ordre du Centre des monuments nationaux. Elles doivent comporter, outre les mentions légales (raison sociale, adresse, forme juridique, numéro d’immatriculation au registre du commerce et des sociétés, numéro de TVA intracommunautaire du Titulaire), les indications suivantes :

- le numéro de l’accord-cadre, du marché subséquent ou bon de commande,

- le nom, numéro d’identification individuel et adresse du Titulaire,

- la description de la prestation livrée,

- la date de livraison,

- le cas échéant le numéro du bon de commande,

- le prix hors taxes des prestations, le taux et le montant de la T.V.A. et le montant toutes taxes comprises des prestations (le cas échéant).

Les factures sont obligatoirement déposées sur Chorus Portail Pro (site internet : [https://chorus-pro.gouv.fr](https://chorus-pro.gouv.fr/)), conformément au décret n°2016-1478 du 2 novembre 2016 relatif au développement de la facturation électronique. Les identifiants du Centre des Monuments Nationaux sont les suivants :

* SIRET : VOIR NOTIFICATION
* Service exécutant : VOIR NOTIFICATION
* N° d’EJ (engagement juridique) : VOIR BON DE COMMANDE

## Compte à créditer

Les sommes dues au Titulaire au titre du présent marché seront portées au crédit du compte suivant :

| Coller un RIB original |
| --- |

En cas de modification des coordonnées bancaires du Titulaire en cours d’exécution, celui-ci doit impérativement, dans les plus brefs délais, notifier ce changement au correspondant du pouvoir adjudicateur et fournir le relevé d’identité bancaire correspondant sous peine de ne pas recevoir les paiements dus. Dès lors le CMN ne peut être contraint au paiement des intérêts moratoires et de la somme forfaitaire de 40€.

Dans le cas d’un marché passé avec des entrepreneurs groupés conjoints, ou sur demande des entrepreneurs groupés solidaires, les prestations exécutées font l’objet d’un paiement en faisant porter le montant revenant à chaque membre du groupement, au crédit du compte ouvert au nom de chacun des membres du groupement.

## Délai de paiement

Le délai de paiement ne peut excéder trente jours (30) à compter de la date de réception de la demande de paiement.

Tout retour de cette demande formulée par écrit et dûment motivé suspend toutefois le délai de paiement jusqu’à la remise par le Titulaire de la totalité des justifications qui lui ont été réclamées.

Le dépassement du délai global de paiement ouvre de plein droit pour le titulaire du marché et ses éventuels sous-traitants payés directement, le bénéfice d’intérêts moratoires à compter du jour suivant l’expiration du délai global de paiement.

Conformément à l’article R.2192-31 du code de la commande publique, le taux des intérêts moratoires mentionnés à l’article L.2192-13 du code de la commande publique est égal au taux d’intérêt appliqué par la Banque centrale européenne à ses opérations principales de refinancement les plus récentes, en vigueur au premier jour du semestre de l’année civile au cours duquel les intérêts moratoires ont commencé à courir, majoré de huit points de pourcentage.

Par ailleurs, une indemnité forfaitaire est prévue (article R.2192-36 du code de la commande publique) pour frais de recouvrement, celle-ci est fixée à 40€.

Ce montant forfaitaire s'ajoute aux pénalités de retard, mais n'est pas inclus dans la base de calcul des pénalités. L'indemnité doit être mentionnée par le titulaire, sur chaque facture concernée, elle est due par facture.

## Avance

### Avance pour le titulaire

Conformément à l’article R.2191-3 du Code de la commande publique, le titulaire peut bénéficier d’une avance. Le montant de l’avance, telle que définie à l’article R.2191-3 et suivants du Code de la commande publique, est fixé à 10 % du montant initial toutes taxes comprises du marché sous réserve que le montant du marché soit supérieur à 50 000 € HT et dans la mesure où le délai d’exécution est supérieur à deux mois. Le montant de l’avance n’est ni révisé ni actualisé.

Le versement de l'avance intervient à compter de la date à laquelle commence à courir le délai contractuel d'exécution, et au plus tard au 1er acompte.

Le remboursement de cette avance commence lorsque le montant cumulé des demandes d'acomptes, révision exclue, présentées par le titulaire, atteindra ou dépassera 50 % du montant initial (T.T.C.) du marché ou de la tranche. Ce remboursement devra être terminé lorsque ledit montant aura atteint 80 % du montant initial (T.T.C.) du marché ou de la tranche, du bon de commande ou du marché subséquent. Son montant ne sera ni révisé, ni actualisé.

Si le titulaire du marché est un groupement conjoint ou solidaire avec individualisation des prestations, les stipulations qui précèdent sont applicables à chaque cotraitant dès lors que sa part du marché est au moins égale au montant déclenchant l'avance. Le régime du remboursement, s'applique au mandataire et à chacun des cotraitants en fonction de l'avancement des prestations de chacun.

Si le titulaire du marché est un groupement sans individualisation des prestations, les stipulations qui précèdent et le régime de remboursement ne sont applicables qu’au mandataire du groupement.

Dans l’hypothèse où les seuils de l’article R.2191-3 du Code de la commande publique sont atteints :

J’accepte le bénéfice de l’avance forfaitaire.

Je refuse le bénéfice de l’avance forfaitaire.

*(Le candidat doit cocher la case de son choix. A défaut, si aucune case n’est cochée ou si les deux cases sont cochées, le candidat sera réputé avoir refusé le versement de l’avance)*

### Avance en cas de sous-traitance

Une avance peut être versée, sur leur demande, aux sous-traitants bénéficiant du paiement direct lorsque le montant des prestations dont ils sont chargés apprécié par référence au montant figurant dans l'acte spécial, est au moins égal à 50 000,00 € HT et dans la mesure où le délai d'exécution est supérieur à deux mois.

Le droit à l'avance du sous-traitant est ouvert dès la notification du marché ou de l'acte spécial de sous-traitance.

Dans l'hypothèse où le titulaire du marché qui a reçu l'avance sous-traite une part de celui-ci postérieurement à la conclusion, de dernier devra rembourser l'avance correspondant au montant des prestations sous-traitées, même dans le cas où le sous-traitant ne peut ou ne souhaite pas bénéficier de l'avance. Le remboursement se fera par émission d'un titre de recette.

Le remboursement de l'avance versée au sous-traitant est effectué par émission d'un titre de recette sur les sommes dues au sous-traitant.

Le remboursement de cette avance commence lorsque le montant cumulé des demandes d'acomptes, révision exclue, présentées par le titulaire, atteindra ou dépassera 50 % du montant initial (T.T.C.) du marché ou de la tranche, du bon de commande ou du marché subséquent. Ce remboursement devra être terminé lorsque ledit montant aura atteint 80 % du montant initial (T.T.C.) du marché ou de la tranche. Son montant ne sera ni révisé, ni actualisé.

Il sera terminé lorsque le montant des prestations exécutées.

# Sous-traitance

Le titulaire peut sous-traiter l'exécution de certaines parties de l’accord-cadre, à condition d’avoir obtenu, du Centre de monuments nationaux, l’acceptation de chaque sous-traitant et l’agrément des conditions de paiement de chaque sous-traitant.

Il est précisé que les contrats de sous-traitance sont soumis aux mêmes conditions d'intervention que le présent accord-cadre. En aucun cas, ils ne peuvent être en contradiction ou inférieurs en qualité au présent accord-cadre, le Titulaire restant responsable des interventions de ses sous-traitants.

Le titulaire prend toutes dispositions pour assurer la coordination des interventions des entreprises sous-traitantes agréées.

L’acte d’engagement éventuellement complété par les annexes ou par les actes spéciaux, indique ce qui doit être réglé respectivement à l’entrepreneur mandataire et aux sous-traitants.

Les conditions de paiement du contrat de sous-traitance sont identiques à celles du marché principal en particulier en ce qui concerne :

* le mois d’établissement des prix,
* les modalités de révision éventuelle des prix,
* Les stipulations relatives pénalités et retenues diverses

Le titulaire peut sous-traiter une partie des prestations dans les conditions définies aux articles L.2193-3 et L.2193-4, R.2193-1 à R.2193-22 du Code de la commande publique, il devra compléter un DC4 qui sera joint en annexe du présent document. Le formulaire est disponible via le lien suivant :

[Les formulaires de déclaration du candidat | ministère de l’Économie des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique](https://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-du-candidat)

# Cession ou nantissement de créance

Le montant maximal de la créance qu’il est possible de céder ou de présenter en nantissement est ainsi de :

|  |
| --- |
| **Montant maximum de la créance en € T.T.C**  **(Cadre réservé au CMN)** |
|  |

Conformément à l’article R. 2191-54 du Code de la commande publique, toute notification de cession ou de nantissement relative au présent marché sera faite auprès de l’agent comptable du Centre des monuments nationaux.

Monsieur l’agent comptable

Centre des monuments nationaux

62, rue Saint Antoine

75186 PARIS Cedex 04

# Pénalités

Par dérogation à l’article 14 du CCAG-PI, le titulaire encourt, sans mise en demeure, les pénalités décrites ci-après.

Dans l’éventualité où un engagement contractuel à la charge du titulaire ne serait pas respecté, ce dernier encourt sur simple constatation de l’acheteur et sans mise en demeure préalable, une pénalité forfaitaire de 500 euros HT. Dans le cas où le manquement constaté perdurerait dans le temps, cette pénalité sera appliquée par jour calendaire, à compter du jour de constatation du manquement et jusqu’au jour de constatation du respect de l’engagement concerné par le titulaire.

En cas de non-respect des délais mentionnés sur la part forfaitaire, le bon de commande ou dans les marchés subséquents, le Titulaire encourt, sur ses créances, des pénalités dont le montant, par jour de retard, y compris les dimanches et jours fériés, est fixé à 100 €. Si ce délai expire un jour férié, son échéance est reportée au premier jour ouvrable suivant.

En cas d’absence d’un membre de l’équipe à une réunion ou un rendez-vous, le prestataire encourt une pénalité forfaitaire de 100,00 €.

Si le titulaire de l’accord-cadre ne s’acquitte pas des formalités prévues par le code du travail en matière de travail dissimulé par dissimulation d’activité ou d’emploi salarié, le pouvoir adjudicateur applique une pénalité correspondant à 10,00% du montant TTC de l’accord-cadre.

Les pénalités sont cumulables entre elles.

# Clause de réexamen

Conformément à l’article R.2194-1 du Code de la commande publique, la présente clause de réexamen a vocation à être mise en œuvre par le pouvoir adjudicateur dès lors que les conditions d’exécution initiales du marché seraient amenées à évoluer ; tel serait notamment le cas :

* Si le prix de certaines matières premières évolue de manière significative suite à un/des cas de force majeure (ex : pandémie, conflit…),
* Si une campagne spécifique de lancement du National Trust à la française devient nécessaire. Elle s’articulera avec la campagne de communication globale et la complétera, dans un objectif plus marketing et de recherche d’adhésion,
* Si des nouvelles prestations sont devenues nécessaires pour s'adapter à des nouveaux formats de support de communication et canaux de communication, des nouveaux produits pour les librairies-boutiques ou tout autre équipement nécessitant la mise en œuvre de l’action du CMN.
* En cas de changement de dénomination officielle d’un ou plusieurs monuments relevant du Centre des monuments nationaux au cours de l’exécution du marché (modification de nom, repositionnement sémantique ou géographique, fusion de sites, etc.), le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de :  
   - Commander des prestations complémentaires d’adaptation des supports concernés (identité visuelle, signalétique, éditions, outils de communication) pour refléter cette nouvelle dénomination ;  
   - Demander la mise à jour ou la déclinaison des éléments graphiques (logos, signatures, gabarits, etc.) et leur intégration dans les outils existants (plateforme collaborative, charte graphique, kits de communication).

Pendant l’exécution du marché, l’acheteur peut prescrire au titulaire des modifications relatives aux prestations ou accepter les modifications qui lui seraient proposées par le titulaire.

Le Titulaire du contrat ne doit apporter aucune modification aux spécifications techniques sans autorisation préalable du Pouvoir adjudicateur.

Si les modifications ont une incidence financière sur le montant du marché (part forfaitaire et/ou part unitaire), le Titulaire doit fournir un devis détaillé indiquant les modifications de prix. Il dispose à cet effet d’un délai de cinq (5) jours ouvrés à compter de la notification de la décision du pouvoir adjudicateur prescrivant ou acceptant les modifications, à moins que cette décision n’ait spécifié un délai différent.

La modification du forfait de rémunération, des bordereaux de prix ou des délais d’exécution fera l’objet d’un avenant au marché.

En cas de circonstance que des parties diligentes ne pouvaient prévoir dans sa nature ou dans son ampleur et modifiant de manière significative les conditions d'exécution du marché, les parties examinent de bonne foi les conséquences, notamment financières, de cette circonstance.

# Marchés de prestations similaires

Conformément à l’article R. 2122-7 du Code de la commande publique, le CMN pourra passer un marché ayant pour objet la réalisation de prestations similaires à celles qui sont confiées au titulaire du présent marché.

Si un nouveau marché devait être passé, la durée au sein de laquelle ce marché pourrait être conclue ne saurait dépasser 3 ans à compter de la notification du présent marché.

# Considérations environnementales

Le titulaire devra déployer des moyens et méthodes visant à limiter les impacts de son activité dans le cadre de la réalisation des prestations objet du marché sur l’environnement.

* **Sur le réemploi et recyclage**

Le titulaire doit favoriser le réemploi, la réutilisation, le reconditionnement et l'intégration de matières recyclées dans les produits et équipements utilisés pour la mission, notamment lors d’éventuelles phases de production de prototypes ou supports physiques.

* **Sur les déplacements**

Si la prestation comprend des déplacements, le titulaire privilégie, pour les différents sites concernés par le marché, les déplacements à pied, avec des véhicules à propulsion humaine ou en transports en commun.

Si l’utilisation de véhicules individuels est indispensable, le parc servant à l’exécution des prestations comprend de préférence des véhicules fonctionnant à l’énergie électrique, au gaz au pétrole liquéfié (GPL), au gaz naturel pour véhicules (GNV), à l’hydrogène ou encore des véhicules hybrides (mixte électrique et essence) conformes aux normes en vigueur.

D’une manière générale, le titulaire propose une organisation permettant d’optimiser les déplacements sur le territoire.

* **Sur la formation des collaborateurs**

Le titulaire s’engage à former ses collaborateurs aux enjeux environnementaux liés à l’objet du marché.

* **Sur le suivi des prestations**

Pour le suivi des prestations, le titulaire utilise, sauf nécessité dûment justifiée, les échanges par voie dématérialisée (courriel, vidéoconférence, audioconférence, etc…) et favorise dans la mesure du possible l’utilisation de supports numériques plutôt que de maquettes papier.

* **Sur la mise en place d’une politique IT**

Le titulaire favorise l’utilisation d’outils informatiques ou serveurs à faible impact carbone.

Le titulaire met en place une politique de Green IT (ex : tri des données, alimentation des serveurs, stockage sur les réseaux, gestion des mails et envois raisonnés, etc…).

A ce titre, le titulaire met en place des dispositions permettant de réduire son empreinte environnementale dans l’exécution des prestations du marché. Il rend compte, à la demande de l’administration, des actions réalisées afin de réduire son empreinte écologique en la matière :

* Hébergement et tri des données
* Hébergement de sa plateforme de consultation en ligne
* Gestion des courriels raisonnés
* Recyclage du matériel informatique utilisé pour réaliser les prestations du marché

Le titulaire communique à l’acheteur dans les 6 mois suivant la notification du marché sa politique informatique, dans le cadre de l'exécution du marché, ainsi que le nom du réseau de stockage des données.

# Clause diversité et égalité, lutte contre les discriminations

Le Centre des Monuments Nationaux, est détenteur depuis 2022 des labels « Egalité professionnelle » et « Diversité » délivrés par l'AFNOR.

Le CMN s'engage à ce titre à mettre en œuvre des procédures et outils relatifs aux problématiques de lutte contre les discriminations et les violences et harcèlements sexistes et sexuels, ainsi que pour la promotion de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, et ce notamment dans ses procédures de gestion des ressources humaines :

- Des actions de sensibilisation et de formation à la prévention des discriminations sont engagées à l'attention de tous les personnels, en ciblant plus particulièrement l'encadrement et les équipes de gestion RH ;

- Afin de progresser en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, le CMN s'engage à mettre en œuvre un plan d'actions pluriannuel pour lutter contre les comportements sexistes et les violences faites aux femmes, favoriser le rééquilibrage de la rémunération entre les femmes et les hommes et développer les parcours professionnels, en particulier l'accès aux fonctions d'encadrement supérieur.

Dans le cadre de cette politique d'achats responsables et de lutte contre les discriminations, le CMN souhaite mobiliser ses fournisseurs afin d’être informé de leurs propres actions en matière d’égalité femmes-hommes et de diversité professionnelle et/ou de les sensibiliser davantage à ces enjeux.

**Questionnaire « Égalité professionnelle et diversité professionnelle »**

Compte tenu de ces orientations, il est demandé au titulaire de remplir au moment de la signature du marché le questionnaire « Égalité professionnelle et diversité professionnelle » proposé par le CMN.

Ce questionnaire n’est exigé que du seul attributaire. Il prend la forme d’un formulaire informatique dont l’adresse lui sera communiquée au moment de l’attribution du marché.

Dans une démarche d'amélioration et de progrès, le titulaire s'engage à renseigner à nouveau le questionnaire en cours d’exécution du marché si le pouvoir adjudicateur lui en fait la demande. Celle-ci peut intervenir par exemple à la date anniversaire de la notification du marché si marché pluriannuel, ou un mois avant l’échéance du marché. Le représentant du pouvoir adjudicateur compare alors la situation décrite à celle présentée initialement.

**Dispositif de signalement et d’écoute mis en place par le CMN**

Un dispositif de signalement et d’écoute permettant de recueillir et de traiter les signalements de discriminations, de harcèlement moral, d’inégalités professionnelles, de violences sexuelles et sexistes et d’agissements sexistes est mis en place par le CMN.

Il est attendu du titulaire qu’il informe l’ensemble de son personnel de l’existence de ce dispositif, et de leur possibilité d’émettre des signalements dans le cadre de l’exécution des prestations du présent marché. La présentation de ce dispositif et de la procédure interne mise en place en cas de signalement sont annexées au dossier de consultation.

**Collaboration du titulaire en cas de signalement**

Une collaboration pleine et entière du titulaire est attendue en cas de signalement dans le cadre du dispositif mis en place par le CMN, de plainte, d’enquête ou de sanction disciplinaire qui viseraient un de ses personnels dans le cadre de l’exécution du présent marché.

A ce titre, le CMN demandera au titulaire la mise en place de mesures conservatoires durant l’enquête administrative, et se réserve le droit de demander au titulaire, pour l’exécution du marché, la mise à l’écart temporaire ou définitive de l’agent concerné.

De la même manière, dans le cas où un personnel du titulaire serait lui-même à l’origine d’un signalement à l’encontre d’un agent du CMN, le CMN s’engage à mener les investigations adaptées à la situation, y compris une enquête administrative si nécessaire et à mettre en place les mesures conservatoires si celles-ci s’avèrent justifiées.

# Assurance

Conformément à l’article 9 du C.C.A.G-P.I., le Titulaire doit contracter les assurances permettant de garantir sa responsabilité à l’égard du Centre des monuments nationaux et des tiers, victimes d’accidents ou de dommages causés par l’exécution des prestations.

Le titulaire doit justifier, dans un délai de quinze jours à compter de la notification de l’accord-cadre et avant tout début d’exécution de celui-ci, qu’il est titulaire de ces contrats d’assurances, au moyen d’une attestation établissant l’étendue de la responsabilité garantie.

À tout moment durant l’exécution du marché, le titulaire doit être en mesure de produire cette attestation, sur demande du Centre des monuments nationaux et dans un délai de quinze jours à compter de la réception de la demande.

# Confidentialité, obligation de conseil

## Obligations générales

Le Titulaire devra s’engager formellement à mettre en œuvre tous les moyens permettant d’aboutir au succès de ses prestations. Il aura une obligation de résultat envers le Centre des monuments nationaux et s’engagera à consacrer ses compétences et son expérience à l’exécution des prestations qui lui sera confiée.

## Obligations de confidentialité

Conformément à l’article 5-1 du C.C.A.G-P.I, le Titulaire est soumis à une obligation de confidentialité. Il s’engage à traiter de manière confidentielle toute information et tout document lié à l’exécution du présent accord-cadre des bons de commande ou des marchés subséquents.

Il s’interdit notamment toute communication écrite ou verbale sur la prestation et toute remise de documents à des tiers sans l’accord exprès préalable du Centre des monuments nationaux. L’utilisation de tout ou partie des prestations ou des dispositifs informatiques ou contenus à des fins de démonstration ou de promotion, sans l’accord préalable du Centre des monuments nationaux est interdite. Il demeure tenu par cet engagement après l’achèvement de ses prestations.

En cas de violation de ces obligations, le marché peut être résilié aux torts du Titulaire.

Cette obligation de confidentialité se poursuit pour une période de (10) dix ans au-delà de l’expiration du Contrat, et ce pour quelle cause qu’elle intervienne.

## Obligations de conseil

Le Titulaire et ses intervenants sont tenus à une obligation de conseil portant sur tous les aspects de la mission, qui sera entendue de la manière la plus générale qu’il soit et les oblige à attirer l'attention du CMN sur toutes les difficultés ou questions ressortant de sa spécialité, quand bien même elles ne feraient pas l'objet d'une stipulation particulière de l’accord-cadre.

Le Titulaire, s’il a connaissance d’agissements contrevenants aux droits du CMN sur les licences dont il a la charge ou toute opération directe ou indirecte pouvant s’y rattacher, est invité à l’en informer sans délai.

# Cession de droits

## Droits cédés

Le Titulaire cède au Centre des monuments nationaux, **à titre exclusif,** l’intégralité des droits de propriété intellectuelle (droit de représentation, droit de reproduction et droit d’adaptation) afférents aux résultats remis au Centre des monuments nationaux dans le cadre du présent marché et listés à l’article 3 dont notamment les dénominations, logos, slogans, chartes graphiques (ci-après désignés « les résultats »), conformément aux articles L.122-2 et L.122-3 du code de la propriété intellectuelle.

Le prix de cette cession est réputé inclus, forfaitairement, dans le prix payé pour l’exécution des prestations. Le Titulaire ne peut donc solliciter une rémunération complémentaire ou particulière du fait de cette cession, et ce même pour une exploitation commerciale des résultats.

Cette cession est consentie, à compter de la remise par le Titulaire des résultats du marché, pour la France et le monde entier, pour toute exploitation commerciale et non commerciale, pour la durée légale de protection des droits d’auteur telle que définie par l’article L 123-1 du code de la propriété intellectuelle y compris en cas de prolongation de cette durée.

La présente cession comprend les droits de reproduction, de représentation, de communication ainsi que tous les droits d’adaptation, pour tout usage et pour toute exploitation directe ou indirecte, quel qu’en soit le mode, et ce, à quelque titre que ce soit, sous toutes formes.

Le droit de reproduction s’entend comme le droit de fixer ou de faire fixer matériellement les résultats par tous procédés qui permettent de les communiquer au public, sur tout support actuel ou futur, quelle qu’en soit la nature (papier, plastique, film, bande), sous forme analogique, numérique, électronique, informatique, magnétique, et sur tous supports.

Les droits de représentation et de communication comprennent :

* le droit de représenter ou de faire représenter tout ou partie des résultats selon tous procédés et le cas échéant au sein des supports, quels qu’ils soient, dans lesquels ils seront incorporés ;
* le droit de communiquer tout ou partie des résultats au public et de le mettre à disposition du public. Ce droit de représentation vaut pour toute manifestation à caractère public ou privé, à caractère commercial ou non commercial, et à caractère durable ou temporaire ;
* le droit de diffuser ou de faire diffuser, de commercialiser ou de faire commercialiser des produits et services portant tout ou partie des résultats, par tout circuit.

Le droit d’adaptation, de modification et d’arrangement des résultats s’entend du droit de modifier les résultats et notamment de les transformer, de les retoucher, de les coloriser ou de les intégrer au sein d’autres œuvres, d’adapter les résultats sous forme d’éléments d’une œuvre collective ou d’une œuvre composite, et notamment :

* le droit d’adapter tout ou partie des résultats, notamment en réalisant toutes versions dérivées, sur tous supports et par tous procédés connus ou inconnus, actuels et futurs ;
* le droit d’intégrer et d’adapter les résultats pour la réalisation de tous produits dérivés destinés à être commercialisés par le CMN ou par un tiers autorisé par ce dernier.

Le droit d’adaptation, de modification et d’arrangement s’exerce dans le respect du droit moral de l’auteur.

Les droits définis ci-dessus sont cédés pour des exploitations à titre gratuit ou onéreux, pour un usage aussi bien interne que public, par le CMN ou par tout tiers autorisé par lui.

## Etendue de la cession - Exploitation

Le CMN est habilité à accorder à des tiers, tant en France qu’à l’étranger, toutes les autorisations de reproduire, de représenter, de communiquer, d’adapter, de modifier, de distribuer et d’exploiter les résultats, notamment dans le cadre de contrats de cessions de droits ou de licence de marques à titre gratuit ou onéreux.

La cession comporte pour ces résultats le droit pour le CMN, de procéder à tous dépôt ou réservation en tant que marque, nom de domaine, comptes de réseaux sociaux et plus généralement signe distinctif, et/ou de dessin et modèle quels que soient les territoires et les classes de dépôt, ainsi que le droit de distribuer ou commercialiser directement ou indirectement auprès de tout public, sans limite de nombre, tout produit ou service portant les résultats et plus généralement de les utiliser à titre de marque et/ou signes distinctifs.

Plus précisément, le CMN peut exploiter les résultats, et notamment l’ensemble des chartes graphiques commerciales produites et leurs éléments constitutifs pris ensemble ou séparément comme les logos ou tout autre élément verbal ou visuel, et notamment les déposer à titre de marque auprès des offices de son choix, et les exploiter à des fins institutionnelles (expositions, publications, site Internet, etc.) mais aussi de communication, de promotion, de publicité ou de commercialisation ou encore dans le cadre de licences de marques, de co-branding ou d’association d’image avec toute autre personne publique ou privée.

Le Centre des monuments nationaux peut procéder ou faire procéder aux exploitations commerciales et non-commerciales suivantes des résultats :

* utilisation des résultats et diffusion aux partenaires et/ou prestataires du CMN pour la réalisation d’études de tout type et pour le développement et la commercialisation de produits dérivés  de tout type (édition, papeterie, maroquinerie, produits alimentaires, boissons, arts de la table, linge de maison, bijouterie, textile, œuvres multimédias, figurines, jeux, jouets, loisirs créatifs, reproductions d’œuvres, senteurs, bougies, parfums, pièces de monnaie, magnets, goodies, etc) ;
* diffusion sur tout support actuel et/ou à venir (papier, électronique, chimique, numérique, magnétique, audiovisuel, multimédia, dématérialisés, notamment film, vidéo, édition-électronique, CD, CD-Rom, CDI, DVD, poste d’ordinateur, appareil de projection, bornes interactives multimédia, tablettes numériques, Smartphones, etc…), et/ou au sein des monuments gérés par le Centre des monuments nationaux, à des fins de promotion du Centre des monuments nationaux, que cette promotion soit réalisée par le Centre des monuments nationaux ou ses partenaires, et notamment à l’occasion de soirées de restitution, salons, foires, etc. ;
  + utilisation en tout ou en partie, pour la réalisation, l’édition et la diffusion de documents et/ou d’outils d’aide à la visite : signalétique, kakemonos, plaquettes, dépliants, brochures, papier à en-tête, affiches, bannières, cartes de visite, documents promotionnels des monuments et/ou de l’établissement, revues, journaux, magazines, édition de librairie, imagerie, carterie, rapports, CD, DVD,
  + utilisation pour tout outil multimédia, dispositifs numériques innovants, visites à distance, applications pour tablettes tactiles et smartphones, outils de réalité augmentée, logiciels, et tout dispositif à venir, qu’ils soient distribués à titre payant ou gratuit ;
* faire l’objet de consultation gratuite sur place par le public, ou encore de consultation à l’extérieur sous forme de prêts gratuits à des fins exclusivement documentaires, scientifiques, pédagogiques, muséologique ou d’usage strictement privé excluant pour l’emprunteur le droit de les reproduire et/ou de les dupliquer ;
* pour des opérations de communication et/ou de promotion, qu’elle soit réalisée par le Centre des monuments nationaux ou ses partenaires. Ces opérations peuvent notamment concerner la presse écrite et/ou audiovisuelle, les sites internet et/ou intranet du Centre des monuments nationaux, dossiers de presse, blog ;
* diffusion/exploitation en ligne sur le réseau Internet, via le site internet du Centre des monuments nationaux ou tout site, notamment du ministère de la Culture et de la Communication, et également via les opérateurs extérieurs, notamment Dailymotion et YouTube, etc, ainsi que sur les réseaux sociaux ;
* édition dans le rapport d’activité du Centre des monuments nationaux et/ou de ses tutelles et/ou de ses partenaires, ou dans toute revue scientifique ou culturelle à laquelle le Centre des monuments nationaux ou l’un de ses partenaires s'associeraient ;
* dans le cadre des archives du Centre des monuments nationaux ;
* pour la réalisation de publications relatives aux monuments, au Centre des monuments nationaux. Ces publications peuvent, à la convenance du Centre des monuments nationaux, prendre la forme d’un livre, d’un livre-catalogue, d’un portfolio ou d’un coffret de reproductions photographiques ou toute autre forme.

Le Titulaire autorise le Centre des monuments nationaux à rétrocéder l’ensemble de ses droits à toute personne de son choix.

Le Titulaire s’interdit toute exploitation des résultats, que ce soit à titre non commercial ou commercial. A ce titre, le titulaire s’interdit de déposer ou de réserver, en son nom, notamment à titre de marque ou de signes distinctifs (y compris noms de domaine ou comptes de réseaux sociaux) les résultats. Plus généralement, le Titulaire s’interdit de procéder à tout dépôt ou réservation de marque ou de signes distinctifs (y compris noms de domaine ou comptes de réseaux sociaux) pouvant générer un risque de confusion avec le CMN, ses services ou produits et s’interdit de déposer ou réserver sur les résultats tout droit ou titre de propriété industrielle, en France ou à l’étranger, de nature à limiter ou rendre plus onéreux l’exercice des droits de l’acheteur.

Le CMN s’engage à respecter le droit moral du Titulaire dans la mesure du possible vu la nature particulière des résultats. A ce titre, il est entendu entre les Parties que le CMN ne fera pas apparaitre le nom du Titulaire pour chaque utilisation des résultats.

Le Titulaire déclare être titulaire de l’ensemble des droits sur les résultats. Il garantit au CMN la jouissance entière, paisible et libre des droits cédés contre tous troubles, revendications et évictions et notamment :

* que ses créations sont entièrement originales et qu’elles ne constituent pas une contrefaçon d’une œuvre préexistante ou ne contiennent aucun emprunt à une autre œuvre de quelque nature que ce soit ;
* qu’il n’a introduit dans son travail aucune réminiscence ou ressemblance pouvant violer les droits d’un tiers.

Le Titulaire garantit le CMN contre toute action, réclamation, revendication, éviction quelconque, de la part de toute personne invoquant un droit de propriété intellectuelle auquel les résultats auraient porté atteinte, ou un acte de concurrence déloyale et/ou parasitaire.

Comme mentionné à l’article 24.2, le CMN peut déposer à titre de marque les résultats. A ce titre, le Titulaire garantit que les résultats respectent les conditions nécessaires pour être déposés comme marque auprès d’un office de dépôt (à savoir la licéité, la distinctivité et la disponibilité). Ainsi, le Titulaire garantit que le dépôt comme marque des résultats n’entrainera pas d’actions en opposition d’un tiers et/ou d’actions en nullité de la part d’un tiers et/ou de l’office saisi.

En conséquence, le Titulaire s’engage à faire son affaire personnelle de toute réclamation et/ou procédure formulée contre le CMN, et qui se rattacherait directement ou indirectement aux résultats. À cet effet, le Titulaire s’engage à intervenir volontairement si nécessaire à toutes les instances engagées contre le CMN, ainsi qu’à le garantir de toutes les condamnations qui seraient prononcées contre lui à cette occasion ainsi qu’à prendre à sa charge les frais de toute nature dépensés par le CMN pour assurer sa défense, y compris les frais d’avocat.

# Dispositions applicables en cas de titulaire étranger

En cas de litige, la loi française est seule applicable. Les tribunaux français sont seuls compétents.

La monnaie de comptes du marché est l’euro(s). Le prix libellé en euro(s) restera inchangé en cas de variation de change.

Tous les documents, factures, modes d'emploi doivent être rédigés en français.

Si le titulaire est établi dans un autre pays de l'union européenne sans avoir d'établissement en France, il facturera ses prestations hors TVA et aura droit à ce que l'administration lui communique un numéro d'identification fiscal.

Si le titulaire entend recourir aux services d'un sous-traitant étranger, la demande de sous-traitance devra comprendre une déclaration du sous-traitant, comportant son identité et son adresse, ainsi rédigée :

"J'accepte que le droit français soit le seul applicable et les Tribunaux français seuls compétents pour l'exécution en sous-traitance du marché N° ............................. du ........................... ayant pour objet ................ Ceci concerne notamment la loi N° 75-1334 du 31 Décembre 1975 relative à la sous-traitance.

Mes demandes de paiement seront libellées en euro(s) et adressées à l'entrepreneur principal ; leur prix restera inchangé en cas de variation de change. Toutes les correspondances que je pourrai adresser seront rédigées en français. "

# Changement de structure de la société

Le Titulaire doit obligatoirement notifier au Centre des monuments nationaux toute modification ayant pour effet de substituer à la personne morale signataire du présent accord-cadre une entité juridique différente ou d’entraîner un changement de contrôle de la société. L’établissement se réserve le droit de résilier, dans un délai d’un mois après cette notification, le présent accord-cadre sans être tenu au paiement d’une indemnité. Il en est de même de tout projet de fusion et d’absorption.

Cette clause étant une condition expresse, toute infraction pourra entraîner la résiliation immédiate du marché sur simple notification par lettre recommandée sans autre formalité et indemnité.

Le CMN doit en être informé directement à l’adresse suivante :

[marches-publics@monuments-nationaux.fr](mailto:marches-publics@monuments-nationaux.fr)

# Obligation de transmission semestrielle

Conformément à l'article L. 8222-6 du Code du Travail (modifié par l'article 93 de la loi n° 2011-525 du 17 mai 2011 sur le renforcement du dispositif de lutte contre le travail dissimulé), le titulaire de l’accord-cadre doit s'acquitter des formalités mentionnées aux articles L. 8221-3 à L. 8221-5 dudit code.

Lorsque le cocontractant est établi en France, la preuve de l’accomplissement de ces formalités devra être rapportée par la production :

- d’une attestation de déclarations sociales et fiscales de moins de 6 mois

- d’un extrait K-bis de moins de 3 mois ou carte d'identification du Répertoire des Métiers

Lorsque le cocontractant est établi à l’étranger, la preuve de l’accomplissement de ces formalités devra être rapportée par la production :

- d’un document mentionnant son numéro individuel d'identification ou un document mentionnant son identité et son adresse ;

- d’un document attestant de la régularité de la situation sociale du cocontractant et, lorsque la législation du pays de domiciliation le prévoit, un document émanant de l'organisme gérant le régime social obligatoire et mentionnant que le cocontractant est à jour de ses déclarations sociales et du paiement des cotisations afférentes, ou un document équivalent ;

- lorsque l'immatriculation du cocontractant à un registre professionnel est obligatoire dans le pays d'établissement ou de domiciliation, document émanant des autorités tenant le registre professionnel ou un document équivalent certifiant cette inscription.

Le titulaire s’engage à fournir tous les 6 mois à compter de la notification de l'accord-cadre et jusqu’à la fin de l’exécution de celui-ci, les pièces et attestations sur l’honneur prévues à l’article D 8222-5 ou D 8222-7 du code du travail.

Les pièces et attestations mentionnées ci-dessus sont déposées par le titulaire sur la plateforme en ligne mise à disposition à l’adresse suivante : <http://www.e-attestations.fr>

# Résiliation

En cas de non-respect des clauses du présent accord-cadre, celui-ci peut être résilié conformément aux dispositions du Chapitre 7, Articles 29 à 36 du C.C.A.G-P.I.

# Litiges

En cas de litige né de l’exécution ou de l’interprétation de l’accord-cadre, le titulaire adresse au Centre des monuments nationaux un recours gracieux.

Dans le cas où ce dernier ne serait pas satisfait, le titulaire peut saisir la Commission consultative des règlements amiables.

Tout recours contentieux, qui doit être précédé d’un recours gracieux du titulaire, est porté devant le tribunal administratif de Paris.

Dans le cadre de cette politique d'achats responsables et de lutte contre les discriminations, le CMN souhaite mobiliser ses fournisseurs afin d’être informé de leurs propres actions en matière d’égalité femmes-hommes et de diversité professionnelle et/ou de les sensibiliser davantage à ces enjeux.

# Dérogations

Par dérogation à l’article 1.2 du CCAG-PI, il n’est pas prévu de liste récapitulative des articles du CCAG-TIC auxquels le présent CCP-AE déroge.

# Engagement et signature de l’attributaire

La signature du présent document vaut signature des pièces remises par le soumissionnaire que le Pouvoir adjudicateur décide de rendre contractuelles.

Après avoir pris connaissance des documents constitutifs du dossier de marché :

* Je m'engage,
* J'engage le groupement dont je suis mandataire,
* L'ensemble des membres du groupement s'engagent,

à exécuter les prestations demandées dans les conditions fixées aux pièces contractuelles.

**Fait en un seul original,**

À …………………………………, le………………………………………

**Signature de l'entreprise**13[[14]](#footnote-14)

Nom et qualité du signataire :

Cachet de l’entreprise

**ATTENTION** : Si le présent acte d’engagement n’est pas signé par le représentant légal du candidat, le signataire doit obligatoirement produire avec le marché, un pouvoir daté et signé en original par le représentant légal l’autorisant à signer tous les documents relatifs à l’offre.

# Signature du Pouvoir adjudicateur et visa du contrôleur budgétaire

Conformément à la décision du Pouvoir adjudicateur, la présente offre comprenant les services décrits dans les documents particuliers du marché est acceptée pour le prix global et forfaitaire figurant dans le présent document et la décomposition du prix globale et forfaitaire, et les prix unitaires figurant dans les bordereaux de prix unitaires.

À …………………, le ………………….

**Pour le pouvoir adjudicateur,**

La Présidente du Centre des monuments nationaux

**Listes des annexes :**

01 – CMN 2030 – Carnet du projet

02 – CMN 2030 – Poster du projet

03 – Audit de l’agence Graphéine sur l’identité de marque

04 – Plateforme de marque de l’agence Graphéine

05 – Note sur le naming de l’agence Graphéine

06 – Les produits dérivés

**ANNEXE 1 : IDENTIFICATION ET ENGAGEMENT DU GROUPEMENT**

*Si le groupement est conjoint :* Répartition des prestations

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Désignation des membres du groupement | Nature de la prestation | Montant HT de la prestation |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Joindre les RIB de chacun des cotraitants

|  |
| --- |
| Coller un RIB original |

|  |
| --- |
| Coller un RIB original |

1. Le candidat doit remplir selon la situation concernée. [↑](#footnote-ref-1)
2. Les entreprises étrangères indiquent, s'il en existe un, leur numéro d'inscription dans le registre public concerné. [↑](#footnote-ref-2)
3. La personne physique représentant le candidat doit cocher la situation concernée. [↑](#footnote-ref-3)
4. Le candidat doit cocher la situation concernée. Lorsque les prestations seront réalisées par un établissement n’ayant pas de personnalité morale, le représentant légal du siège de l’entreprise doit fournir en annexe au présent marché le pouvoir habilitant l’établissement à réaliser les prestations faisant l’objet du présent marché. [↑](#footnote-ref-4)
5. Cocher la case correspondante [↑](#footnote-ref-5)
6. Les entreprises étrangères indiquent, s'il en existe un, leur numéro d'inscription dans le registre public concerné. [↑](#footnote-ref-6)
7. La personne physique représentant le candidat doit cocher la situation concernée. [↑](#footnote-ref-7)
8. Le candidat doit cocher la situation concernée. Lorsque les prestations seront réalisées par un établissement n’ayant pas de personnalité morale, le représentant légal du siège de l’entreprise doit fournir en annexe au présent marché le pouvoir habilitant l’établissement à réaliser les prestations faisant l’objet du présent marché. [↑](#footnote-ref-8)
9. En cas de groupement composé de plus de deux co-traitants, ajouter des lignes [↑](#footnote-ref-9)
10. Les entreprises étrangères indiquent, s'il en existe un, leur numéro d'inscription dans le registre public concerné. [↑](#footnote-ref-10)
11. La personne physique représentant le candidat doit cocher la situation concernée. [↑](#footnote-ref-11)
12. Le candidat doit cocher la situation concernée. Lorsque les prestations seront réalisées par un établissement n’ayant pas de personnalité morale, le représentant légal du siège de l’entreprise doit fournir en annexe au présent marché le pouvoir habilitant l’établissement à réaliser les prestations faisant l’objet du présent marché. [↑](#footnote-ref-12)
13. Rayer la mention inutile [↑](#footnote-ref-13)
14. 13 En cas de groupement solidaire, tous les membres du groupement doivent signer le marché, sauf si le mandataire a été habilité par les autres membres du groupement à signer seul le marché. Dans ce dernier cas, la signature doit être celle du mandataire habilité (le mandataire doit l’indiquer et fournir le document l’habilitant à signer au nom et pour le compte des autres entreprises membres du groupement – exemple : formulaire DC1) [↑](#footnote-ref-14)