

**Bureau du 3 avril 2006**

**Décision n° B-2006-4135**

objet : **Achats de prestations audiovisuelles pour la promotion de l'image de la Communauté urbaine auprès des principaux décideurs européens**

service : Cabinet du président - Direction de l'information et de la communication

**Le Bureau,**

Vu le projet de décision du 23 mars 2006, par lequel monsieur le président expose ce qui suit :

Le conseil de Communauté, par sa délibération n° 2005-2606 en date du 18 avril 2005, a délégué au Bureau une partie de ses attributions. Le dossier présenté ci-après entre dans le cadre de cette délégation.

Le Grand Lyon cherche à promouvoir son territoire au plan international notamment auprès des réseaux de décideurs économiques. A ce titre, il est proposé d'acheter de l'espace sur la chaîne de télévision Euronews. Cette chaîne implantée dans le Grand Lyon possède une audience internationale maintenant très significative notamment dans les publics prescripteurs.

En effet, Euronews est une chaîne européenne qui possède non seulement un savoir-faire unique de diffusion d'informations en continu en sept langues sur le territoire européen par tous les moyens télévisuels connus, à ce jour, (hertzien, satellite, câble, internet, téléphonie mobile), mais aussi une audience axée sur les décideurs économiques et politiques européens.

Euronews est la seule chaîne d'information à proposer un service multilingue d'informations diffusé simultanément en sept langues 24 heures sur 24. Euronews est reçue par 145 millions de foyers dans 80 pays dont 142 millions de foyers en Europe. Un tiers des leaders d'opinion regarde au moins la chaîne pan-européenne d'information chaque jour et 56 % le font de manière hebdomadaire.

Le présent marché a pour objet l'achat de 82 spots publicitaires de 30 secondes sur la chaîne de télévision Euronews.

Le Grand Lyon pourra répartir ces spots à raison de plusieurs vagues de diffusion (deux semaines chacune) tout au long de l'année en fonction de son actualité. Les spots seront répartis en semaine et dans le week-end durant les tranches horaires suivantes : 6 heures-7 heures, 19 heures-22 heures, 22 heures-24 heures. Le marché porte également sur l'achat de quatre plages de diffusion d'environ quatre minutes chacune, diffusées pendant l'émission Le Mag (émission hebdomadaire rediffusée à vingt reprises dans la semaine), en fonction de l'actualité du Grand Lyon.

Le marché sera passé selon la procédure du marché négocié sans publicité et sans mise en concurrence, en application de l'article 35-III-4° du code des marchés publics, avec la société Socémie, celle-ci détenant l'exclusivité des droits pour la commercialisation des espaces publicitaires sur son antenne.

Le marché est conclu pour une durée ferme de neuf mois, à compter de la date de sa notification pour un montant global de 223 519,42 € HT.

La commission permanente d'appel d'offres, sur proposition de la personne responsable du marché, a attribué ce marché à la société Socémie, le 17 mars 2006 ;

**DECIDE**

**1° - Autorise** monsieur le président à signer le marché relatif à l'achat de prestations audiovisuelles pour la promotion de l'image de la Communauté urbaine auprès des principaux décideurs européens et tous actes contractuels y afférents avec la société Socémie pour un montant de 267 329,23€ TTC, conformément à l'article 35-III-4° du code des marchés publics.

**2° - Les dépenses** correspondantes seront imputées sur les crédits inscrits au budget principal de la Communauté urbaine - exercice 2006 - compte 623 100 - fonction 023.

Et ont signé les membres présents,  
pour extrait conforme,  
le président,  
pour le président,