



## Cahier pratique



# Accueillir les événements dans des lieux publics

## En bref...

Nouveauté dans le paysage administratif, des ministères et opérateurs publics de l'État accueillent des événements dans des sites où s'exercent leurs missions.

Outre leurs qualités architecturales, ces sites, souvent prestigieux sont, de par leur histoire et les missions exercées en leur sein, porteurs de sens pour les professionnels de l'événementiel qui voient l'occasion de faire bénéficier leur manifestation de qualités immatérielles : prestige, histoire, image, notoriété, etc.

Par le passé, des lieux publics ont accueilli des événements de façon ponctuelle. Depuis le début des années 2000, le ministère de la culture, via le Centre des Monuments Nationaux, a instauré une véritable politique d'accueil des événements au sein d'une trentaine de monuments. L'APIE promeut depuis 2007 la mise en place d'une offre publique cohérente.

Il s'agit de passer d'une logique « d'autorisation » à une offre professionnelle, reposant sur une identification claire des sites et de leurs possibilités d'accueil, des contrats types et une tarification cohérente au niveau du marché.

Si l'accueil d'événements a vocation à rester une activité marginale, il requiert néanmoins une organisation et une démarche structurée.

L'ouverture des espaces publics pour accueillir des séminaires, galas ou tout événement d'entreprise implique d'adopter une approche par étape qui respecte à la fois les spécificités de chaque administration et les pratiques des professionnels. Les outils développés par l'APIE s'inscrivent dans cet objectif.

Ce cahier pratique présente les éléments qu'il est essentiel de connaître pour développer une politique d'accueil des événements efficace et professionnelle dans une administration.



# SOMMAIRE

<b>Une administration peut tirer avantage de l'ouverture de ses sites à l'accueil d'événements</b>	<b>5</b>
<b>Les grandes étapes d'un projet de valorisation</b>	<b>6</b>
<b>Identification des sites et détermination des conditions d'accueil des événements</b>	<b>8</b>
<b>Les éléments clés de réussite</b>	<b>8</b>
<b>Les principaux types d'événements</b>	<b>9</b>
<b>Les grandes fonctions dans une agence événementielle</b>	<b>10</b>
<b>Les étapes d'un événement</b>	<b>11 à 13</b>
<b>Quelques définitions utiles</b>	<b>14</b>
<b>Questions juridiques clés en matière d'accueil d'événements</b>	<b>15 à 17</b>



# Une administration peut tirer avantage de l'ouverture de ses sites à l'accueil d'événements

L'expérience montre qu'il faut souvent une volonté politique forte, au plus haut niveau d'une institution, pour décider d'ouvrir ses sites.

La motivation première peut être une volonté d'ouverture afin de montrer que les institutions ne vivent pas repliées sur elles-mêmes, mais que bien au contraire, leur patrimoine foncier est ouvert.

Mais ce sont aussi des retombées d'image de marque non négligeables envers le public, qui peut ainsi découvrir la diversité et parfois le prestige de ces lieux.

Enfin, la valorisation financière, même si elle n'est pas le moteur exclusif de la démarche, n'en constitue pas moins un intérêt substantiel. Tarifées au niveau du marché de la location d'espaces par l'APIE, les mises à disposition des lieux publics permettent un juste retour financier aux administrations concernées et souvent aux sites mêmes et ce grâce aux décrets « intéressement » de 2009.

Dans un contexte de fortes contraintes budgétaires, ces recettes constituent une source de financement complémentaire, utile notamment pour contribuer à l'entretien ou la rénovation du patrimoine immobilier des ministères, administrations et établissements publics.

## ZOOM

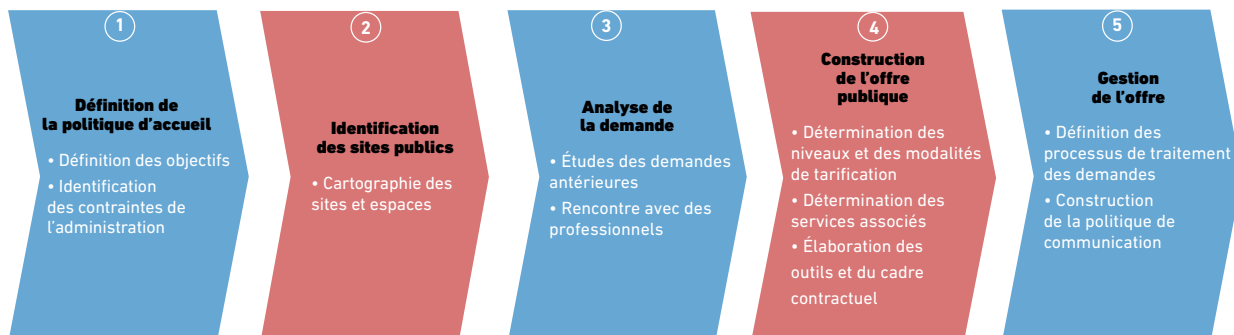
La classification ERP (Etablissement Recevant du Public) répartit les établissements selon leur activité et leur capacité.

L'activité au sein du bâtiment est désignée par une ou des lettres (GHW : Bureaux ; W : Administrations, banques, bureaux ; L : Salles d'auditions, de conférences, de réunions, de spectacles ou à usage multiple ...), alors que la catégorie désigne la capacité d'accueil du bâtiment :

- 1re catégorie : plus de 1 500 personnes
- 2e catégorie : de 701 à 1 500 personnes
- 3e catégorie : de 301 à 700 personnes
- 4e catégorie : jusqu'à 300 personnes
- 5e catégorie : petits établissements dont le seuil varie en fonction de l'activité.



# Les grandes étapes d'un projet de valorisation



## 1 - Définition de la politique d'accueil

Cette première étape consiste à définir le cadre d'accueil des événements. Elle doit permettre, notamment, de fixer les objectifs et d'identifier les contraintes spécifiques de l'administration concernée. Cette dernière peut, par exemple, interdire l'organisation sur ses sites de certains types de manifestations.

## 2 - Identification des sites publics

Il convient, avant de définir l'offre, de répertorier l'ensemble des sites de l'administration pouvant présenter un intérêt pour les entreprises et les professionnels de l'événementiel. Il s'agit aussi, à ce stade, de tenir compte des normes de sécurité applicables (E.R.P – établissement recevant du public).

## 3 - Analyse de la demande

L'APIE procède à une étude de la demande afin de recueillir les attentes spécifiques des professionnels vis-à-vis des lieux de l'administration. Elle permet notamment de confirmer leur intérêt pour certains espaces, certaines zones géographiques recherchées, ainsi que de s'assurer que les tarifs proposés sont cohérents vis-à-vis du marché. De manière pratique, l'APIE étudie les demandes déjà reçues par l'administration et organise des rencontres avec des professionnels.

### ZOOM

#### L'accompagnement de l'APIE

L'APIE accompagne les administrations tout au long du processus de valorisation de leurs espaces ouverts aux événements : de la définition de la politique d'accueil à la communication de l'offre. La méthodologie élaborée et l'appui assuré par l'APIE permettent aux administrations ou aux collectivités de bénéficier d'outils contractuels complets (rédaction du cahier des charges technique, de la charte éthique, élaboration des tarifs, rédaction des conventions) et offrent la possibilité d'être référencé sur le catalogue mis en ligne sur le site internet de l'APIE : « *Catalogue des lieux publics ouverts aux événements privés* »



Cité de la céramique (92)

#### 4 - Construction de l'offre publique

L'APIE formalise les conditions d'accueil des événements en fonction des besoins identifiés :

- définition des tarifs applicables
- détermination des services associés à la prestation d'accueil et identification des opérations à la charge des organisateurs (traiteur, décorateur, etc.)
- rédaction du cahier des charges techniques
- rédaction de la charte éthique
- élaboration des outils et du cadre contractuel (grille tarifaire, modèle de convention)

#### 5 - Gestion de l'offre

Il convient de définir les processus de traitement des demandes permettant à l'administration de gagner en réactivité et en maîtrise du dispositif. Une politique de communication est également un facteur de succès de l'activité d'accueil d'événements. Les espaces ouverts doivent notamment être visibles à travers un catalogue en ligne illustré, hébergé par le site Internet de l'administration, et/ou être présents sur le *catalogue en ligne* de l'APIE (cf. le zoom de la page 6).

#### ZOOM

##### Les services annexes

La mise à disposition d'un espace pour un événement comprend a minima le traitement de la demande, la mise à disposition de l'espace objet de la convention et des services tels que l'approvisionnement en fluides ou le contrôle d'accès au bâtiment. Mais l'administration peut aller au-delà en fournissant un certain nombre de prestations complémentaires pour lesquelles elle dispose des moyens nécessaires à leur bonne exécution comme la sécurité de la manifestation, le nettoyage, la régie, etc. Toutefois, si l'administration peut proposer ses prestataires, elle ne peut les imposer (cf questions juridiques numéro 8). D'autres types de prestations plus spécifiques, comme la décoration ou encore le traiteur, sont généralement assurées par des prestataires extérieurs. L'administration peut fournir une liste de prestataires avec lesquels elle travaille ou encore refuser un prestataire ne correspondant pas aux exigences de l'administration telles que définies dans sa charte éthique ou dans le cahier des charges techniques.



Château de Fontainebleau (77)

# Identification des sites et détermination des conditions d'accueil des événements

Le choix des lieux appartient à chaque administration ou opérateur de l'État en fonction des contraintes de toutes natures liées à l'exercice prioritaire des missions de service public et au potentiel d'accueil de ces lieux.

Les gestionnaires des sites gardent la totale maîtrise à la fois du type d'événements qu'ils souhaitent accueillir et du calendrier d'ouverture.

Les caractéristiques des sites recherchés diffèrent selon le type d'événement et notamment selon qu'il s'agit d'une conférence ou d'un cocktail.

Ainsi, pour les événements de type réception, des espaces de vaste superficie type hall, salon, atrium seront privilégiés. Les événements de type réunion peuvent nécessiter une simple salle de réunion sans mise à disposition de matériel spécifique ou un auditorium tout équipé. Les lieux à forte notoriété, vecteurs de sens pour les organisateurs, les lieux de caractère, originaux, forts d'une architecture singulière (historique ou moderne) sont susceptibles de susciter l'intérêt particulier des annonceurs ou des agences événementielles.

Naturellement, ces mises à dispositions de lieux publics, souvent prestigieux, nécessitent des garanties importantes de la part des organisateurs bénéficiaires, en matière d'assurance d'une part, mais aussi en matière « d'image » véhiculée par les professionnels de l'événementiel lors de la tenue de la manifestation. De ce fait, il est important pour l'établissement concerné de définir une charte éthique dédiée à l'accueil d'événements sur ses sites.

## ZOOM

### La charte éthique

La charte éthique vise à énoncer les règles déontologiques d'utilisation des espaces. Certaines manifestations (politiques, à caractère religieux, etc.) peuvent par exemple être exclues des événements autorisés. D'autre part, l'établissement peut encadrer l'utilisation de son image (limiter le droit de photographier dans certains espaces par exemple).

## Les éléments clés de réussite

### Réactivité

Les pratiques des agences événementielles évoluent très rapidement compte tenu des attentes toujours différentes et très souvent liées au contexte social et économique des annonceurs. Elles ont donc besoin de réponses rapides lors de la recherche de lieux, mais aussi lors de la demande de devis de location.

### Planification

Un événement est généralement de courte durée et bâti sur mesure. Il se caractérise par sa créativité et nécessite de réelles compétences en matière de production et de logistique. Dès lors, il importe pour l'agence organisatrice et les différentes parties prenantes, de définir un calendrier avec le gestionnaire du site organisant les différentes actions en amont de l'événement. Toutefois, compte tenu de la priorité que constitue l'exercice de la mission de service public,

l'Administration peut se réserver la possibilité de résilier la convention avec l'organisateur de la manifestation en cas d'impossibilité liée à l'exécution du service public ou pour un motif d'intérêt général.

### Guichet unique

Il faut, pour bien accueillir un événement, être prêt et connaître le sujet. Aussi est-il recommandé de désigner, dans les administrations qui souhaitent s'ouvrir à l'événementiel, un point d'entrée unique, une personne dédiée (au moins partiellement) à l'accueil d'événements, afin de garantir un traitement rapide des demandes (réception des demandes, établissement des devis) et de leur « accompagnement » (disponibilité pour assurer les repérages, réponse aux questions techniques, etc.).

# Les principaux types d'événements

Les outils déclinés par l'APIE prévoient deux grandes catégories d'événements, justifiant une différenciation tarifaire et visant à couvrir le plus grand nombre de manifestations.

## Catégorie « Réunion »

### Assemblées générales

Le plus souvent annuelles, elles sont destinées à un public ciblé. Dans ce cas, la scénographie de l'évènement est très limitée.

### Congrès, conférences, colloques

Ils peuvent être organisés par un ou plusieurs établissements. Un matériel spécifique est souvent nécessaire (vidéo projection, etc.), des services annexes sont à prévoir (traiteur, vestiaire, accueil, etc.).

### Symposiums

Événements scientifiques visant à rassembler des spécialistes autour d'un thème donné. Ils regroupent généralement peu de personnes. Le matériel d'animation de réunion est souvent nécessaire, les services annexes sont moins fréquents.

## Catégorie « Réception »

### Les événements grand public

Rassemblement à destination du grand public, visant à mettre en avant une entreprise, une marque, etc. Les grands espaces sont les plus recherchés, la scénographie de l'évènement est fortement travaillée.

### Les lancements de produits

Manifestation visant à faire connaître un nouveau produit. Les lieux insolites, peu ouverts, sont très souvent demandés. Des services annexes de qualité sont recherchés.

### Les soirées

Événement visant à rassembler un public défini (interne ou externe) afin d'immerger les invités dans l'univers d'une marque. La scénographie interviendra moins, mais la possibilité de proposer des animations / activités seront des éléments importants dans les critères de sélection des lieux.

### Les défilés de mode

Si l'accueil du public ne se fait que sur une très courte durée (moins d'une demi-journée), le montage et le démontage peuvent s'étaler sur plusieurs jours. Dans ce cas, la mise en décor des lieux est conséquente.



# Les grandes fonctions dans une agence événementielle

La gestion d'un projet événementiel s'articule autour de quatre grands métiers :

## **C**réation

Le pôle « créa » définit l'identité de l'événement (scénographie, éditions). Sa mission est de dégager un ou des thèmes forts du brief/ cahier des charges défini par le chef de projet et de le mettre en exergue. Le pôle « créa » est assuré par le directeur de création et son équipe est composée de directeurs artistiques, concepteurs, etc.

## **G**estion de projet

Elle est assurée par différents responsables selon l'importance de l'agence. Généralement, cette fonction est liée à un chef de projet. Celui-ci a pour principal rôle de définir la stratégie de communication à employer. Pour ce faire, il réunit et étudie autant d'informations que possible sur l'entreprise, le produit, la cible, etc. Sa recommandation peut prendre la forme d'un cahier des charges définissant les éléments « structurants » de la manifestation comme le thème, la cible visée de l'événement, le message, le budget de l'opération. Il est le contact privilégié de l'annonceur et veille à ce que les propositions des équipes création et production respectent le cahier des charges.



## **P**roduction

La production a pour but de mettre en œuvre les directives des pôles gestion de projet et création. La production assure la mise en œuvre des différentes installations de scénographie : lumière, décoration, son, etc. Elle coordonne l'action des différents prestataires intervenants lors de la manifestation. Le directeur de production et ses équipes veillent à la faisabilité technique du cahier des charges établi et dressent les devis, sélectionnent les prestataires, veillent au bon déroulé de la mise en place de la manifestation et de la tenue des délais.

## **P**restataire

Si une agence événementielle conçoit et assure le bon déroulé d'une manifestation, elle fait également appel à des prestataires spécialisés, notamment dans le domaine de la restauration, de l'audiovisuel, de la régie, de l'animation, de la scénographie, etc.





# Les étapes d'un événement

La réalisation d'un événement est un processus long qui nécessite l'intervention de plusieurs corps de métiers distincts. Le gestionnaire de site est présent en amont, lors de la définition des besoins et, bien évidemment, à l'occasion de l'événement.

## 1 - Préparation de la manifestation

Cette première phase permet à l'organisateur de définir les grands axes de la manifestation : le thème, le public attendu, les dates, les lieux (éventuellement), le financement et l'attribution de l'événement à une équipe projet.

Il s'agit également d'identifier les objectifs attendus et de définir les indicateurs permettant de les quantifier.

Dès cette première étape un rétro-planning est établi par l'organisateur.

### LE BÉNÉFICIAIRE DU SITE

- prend contact avec le gestionnaire du site et lui fait parvenir un dossier comportant les éléments suivants : la nature, le programme, les lieux utilisés et la durée de la manifestation (montage et démontage inclus), l'effectif prévu (personnel, intervenant, public), les dispositions particulières envisagées (décoration et aménagements, matériaux et montages divers), un plan d'implantation de la manifestation, les fluides souhaités, etc.

- effectue un repérage des lieux

### LE GESTIONNAIRE DU SITE

- envoi au bénéficiaire
  - le devis
  - la charte éthique
  - le cahier des charges technique

## ZOOM

### Le cahier des charges technique

Le cahier des charges technique annexé à la convention vise à définir de façon complète les spécificités de l'espace et les modalités de son utilisation ainsi que les questions d'organisation entre le gestionnaire et le bénéficiaire. Dans ce document figurent notamment les obligations du bénéficiaire quant aux aménagements réalisés, matériaux et décors employés, installations électriques, désignation des voies d'accès utilisables, présence de publicités, etc.



Albert Kahn musée et jardin (92)

## 2 - Planification de la manifestation

Cette étape vise à arrêter les différentes modalités d'organisation de l'événement selon les souhaits de l'organisateur. L'organisateur détermine donc de manière précise :

- le déroulé de la manifestation (interventions des participants, point presse, etc.)
- les moyens à mettre en œuvre : humains (accueil, sécurité, techniciens), matériels, financiers

C'est aussi au cours de cette étape que le gestionnaire valide, au regard de sa charte éthique, le choix des prestataires retenus par le bénéficiaire

### LE BÉNÉFICIAIRE DU SITE

- confirme la date et l'heure de la manifestation, le nombre d'invités, les coordonnées des prestataires extérieurs (traiteur, sonorisation, etc.)
- effectue un 1er versement correspondant à 50% du tarif de location et remet le chèque de caution à la signature de la convention

## 3 – Programmation de la manifestation

La programmation de la manifestation a pour but de définir minute par minute le déroulé de l'événement, de l'accueil des invités au rangement du site.

C'est aussi à cette occasion que les différents éléments de communication sont établis.

## 4 – Gestion des inscriptions

Le lancement des invitations/inscriptions est tributaire de la taille de l'opération.

Plus l'événement est important, plus le lancement des invitations est effectué en amont.

L'organisateur suit l'avancée des inscriptions et effectue des relances si nécessaire

### LE BÉNÉFICIAIRE DU SITE

- envoie les copies des assurances, incluant les justificatifs d'assurance pour les soustraitants intervenant pour le compte du bénéficiaire
- envoie la liste définitive d'invités

### LE GESTIONNAIRE DU SITE

- valide le carton d'invitation et les documents relatifs à la manifestation



Cour d'appel de Poitiers (86)

## 5 – Réalisation de l'événement

Cette phase ne consiste pas simplement à suivre le déroulé d'une manifestation. En effet, celle-ci commence *a minima* une semaine avant la tenue de l'événement. L'organisateur :

- s'assure que les contrats avec les différents prestataires sont signés
- confirme la présence des intervenants, invités, etc.
- en confirme la présence auprès du gestionnaire de site

La veille de la manifestation au plus tard, se déroulent l'état des lieux d'entrée préalable au montage (décoration, éclairage, audio), ainsi qu'une répétition si nécessaire.

### LE BENEFICIAIRE DU SITE

- paye le solde restant de la redevance

### LE GESTIONNAIRE DU SITE

- rédige l'état des lieux d'entrée

## 6 – Après l'événement

Les principales actions consistent en la remise en état du site (démontage, nettoyage) suite à l'état des lieux de sortie.

### LE BENEFICIAIRE DU SITE

- procède au démontage et nettoyage des espaces
- en cas d'incident ou d'accident
  - assiste à l'état des lieux de sortie
  - remet en état obligatoirement les espaces, moyens, matériels et équipements à ses frais, sous le contrôle et selon les indications du gestionnaire
  - le cahier des charges technique

### ZOOM

#### Responsabilité et sécurité lors de la manifestation

De façon générale, le bénéficiaire est, durant tout le déroulement de la manifestation, le seul responsable de l'utilisation des espaces, moyens, équipements et matériels mis à sa disposition ainsi que des dommages qui pourraient être occasionnés aux personnes, personnels et intervenants de la manifestation, sans que la responsabilité du gestionnaire puisse être mise en cause à quelque titre que ce soit.

Il incombe au bénéficiaire de prendre toutes les dispositions nécessaires à la sécurité et la protection des biens et des personnes.

Par ailleurs, le gestionnaire n'est pas responsable de la conservation et de la surveillance des équipements, matériels, effets personnels du bénéficiaire, de ses personnels, prestataires et participants.





## Quelques définitions utiles

**B**rief : document remis aux agences événementielles récapitulant les souhaits et objectifs de l'annonceur, permettant de définir le cahier des charges de l'opération

**C**onducteur : document visant à définir, pour les différents intervenants et prestataires, les rôles, actions et moyens à mettre en œuvre

**D**ébrief : étude post-événement réalisée conjointement entre l'agence et l'annonceur. Le débrief permet de retracer les grands moments d'une opération, d'isoler les points positifs comme les axes d'améliorations

**P**lan d'implantation : document schématique de l'événement (plan du site, emplacement des invités, du personnel, des flux etc.)

**R**oad book : document regroupant les différents éléments nécessaires à la gestion d'un projet événementiel

**S**cénographie : désigne le fait d'organiser un espace (décoration, lumière, mobilier, etc.)

### ZOOM

#### L'accueil d'événements en France

- 90% des demandes émanent de clients français
- le marché de l'accueil d'événements est géographiquement ciblé :
  - près de 60 % des événements sont organisés en Ile de France
  - environ 15 % des événements sont organisés en région PACA
- l'accueil d'événements concerne quasi exclusivement les entreprises (83 % des événements organisés en France concernent des entreprises contre 9 % pour des organismes publics et 7 % pour des associations).
- les principaux secteurs d'activité concernés sont :
  - finance/banque/assurance (stable)
  - chimie/cosmétique/ pharmacie (stable)
  - informatique/bureautique/télécommunication (en hausse)
  - industrie (en baisse)
- répartition par taille d'événement :
  - moins de 50 participants : 32 %
  - de 50 à 200 participants : 34 %
  - de 200 à 500 participants : 16 %
  - plus de 500 participants : 18 %
- répartition par type d'événement :
  - événement entreprise corporate : 30 %
  - événement interne (conventions d'entreprise, séminaires, incentives, etc.) : 30 %
  - événement salon : 10 %
  - congrès/symposium : 10 %
  - événement grand public (événements culturels ou sportifs) : 10 %
  - autres : 10%

# Questions juridiques clés en matière d'accueil d'événements

## 1. SOUS QUELLES CONDITIONS LA MISE À DISPOSITION D'ESPACE EST-ELLE SOUMISE AU RÉGIME DES REDEVANCES POUR SERVICE RENDU ?

L'application d'une redevance pour service rendu est soumise aux deux conditions suivantes :

- La fourniture de services associés simultanément à la mise à disposition privative. Cette condition est généralement remplie, du fait, notamment, de la préparation et de l'organisation de l'événement, de la sécurité, de l'intendance, de l'accueil, de la fourniture de fluides (eau, électricité), en plus du service correspondant à l'exploitation des qualités immatérielles du lieu (son image, sa singularité, etc.).
- Pour les administrations de l'État, la redevance pour service rendu doit être prévue par décret en Conseil d'État.

C'est l'objet du décret n° 2009-151 du 10 février 2009 « *relatif à la rémunération de certains services rendus par l'État consistant en une valorisation de son patrimoine immatériel* » qui précise en son article 2 :

« *Peuvent donner lieu à rémunération pour services rendus les prestations suivantes, fournies par l'État au profit de personnes publiques ou privées :*

[...]

4° *Location ou mise à disposition, à titre temporaire, de salles, d'espaces ou de terrains, en vue d'événements, de manifestations, de tournages d'œuvres audiovisuelles ou de prises de vue ;*

5° *Organisation ou participation à l'organisation d'événements de toute nature, notamment colloques et conférences ;».*

## 2. UNE COLLECTIVITÉ TERRITORIALE OU UN ÉTABLISSEMENT PUBLIC PEUT-IL INSTAURER UNE REDEVANCE POUR SERVICE RENDU ?

Le régime de redevance pour service rendu peut être créé par l'organe délibérant de la collectivité territoriale ou de l'établissement public et doit justifier :

- d'une part, de l'existence d'un service rendu aux tiers,

- d'autre part, que ce service relève de la clause de compétence générale de la collectivité territoriale ou puisse être considéré comme une activité annexe aux missions de l'établissement public.

## 3. L'ADMINISTRATION PEUT-ELLE EFFECTUER UNE DIFFÉRENCIATION TARIFAIRE ?

Il est possible d'appliquer un tarif différencié en fonction du type de contractants et de la nature de l'événement en étant attentif à l'absence de discrimination et au respect du principe d'égalité de traitement.

La jurisprudence admet qu'une différenciation tarifaire est possible si elle est fondée sur une différence de situation objective « *en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit et [qui] ne soit pas manifestement disproportionné au regard des différences de situation susceptibles de la justifier* » (CE 18 déc. 2002, n°233618).

En outre, une redevance pour service rendu peut être différenciée en tenant compte de l'avantage économique retiré par l'utilisateur du service (CE 16 juillet 2007, n° 293229), étant précisé que le tarif doit être établi selon des critères objectifs et rationnels, dans le respect du principe d'égalité entre les usagers du service public et des règles de la concurrence.

## 4. L'ADMINISTRATION PEUT-ELLE OPÉRER UNE SÉLECTION DES COCONTRACTANTS ?

La personne publique ne saurait se fonder sur une décision arbitraire pour accorder ou refuser une mise à disposition d'espace.

En effet, l'administration qui met à disposition ses locaux à des personnes privées doit respecter les principes de non-discrimination, de neutralité et d'égalité à l'égard de l'ensemble des usagers.

Elle peut effectuer un contrôle *a priori* et refuser la mise à disposition de son domaine aux motifs tirés :

- de l'intérêt général, d'une atteinte à une disposition légale ou réglementaire,
- d'ordre public (sécurité, tranquillité, salubrité et de « bonnes mœurs »),
- de la bonne exécution du service public ou de la bonne gestion du domaine.

Si l'administration souhaite pratiquer des autorisations ciblées, il lui appartient de déterminer *a priori* de manière objective les catégories d'usagers et/ou d'événements exclus du cadre des mises à disposition.

En pratique, l'APIE recommande la rédaction d'une charte éthique qui permettra, notamment, d'énoncer des règles déontologiques et de fixer les conditions d'utilisation des espaces mis à disposition.

## 5. L'ADMINISTRATION PEUT-ELLE PASSER PAR UN PRESTATAIRE EXTÉRIEUR POUR LA GESTION DE LA MISE À DISPOSITION D'ESPACES ?

L'Administration peut confier à un tiers la gestion du calendrier et des modalités de mises à disposition ponctuelles des locaux.

Ainsi, les missions suivantes pourraient être confiées à un prestataire :

- la gestion des relations avec les entreprises à la recherche d'espaces pour des expositions ou d'autres manifestations,
- l'« habilitation », sur la base d'un cahier des charges, des sociétés susceptibles d'intervenir sur les lieux pour le compte des bénéficiaires ;
- la gestion du calendrier des mises à disposition de ces espaces et de la logistique interne en vue de l'organisation d'expositions ou d'autres manifestations,
- la conclusion des conventions de mise à disposition des lieux pour chaque manifestation.

Toutefois, le recours à un prestataire ne présente d'intérêt que si les possibilités de mise à disposition sont suffisamment importantes.

Le contrat sera qualifié, en fonction du critère de rémunération de la personne privée, soit de marché public soit de délégation de service public.

## 6. L'ADMINISTRATION PEUT-ELLE IMPOSER AU BÉNÉFICIAIRE SES PRESTATAIRES ?

L'Administration ne peut imposer au bénéficiaire ses prestataires qu'en raison d'un impératif de service public ou de bonne gestion du domaine.

Dans cette hypothèse, si le personnel qui fournit les services travaille dans le cadre d'un marché public, il conviendra de s'assurer que ledit marché englobe ce type de prestations.

L'Administration refacturera au bénéficiaire les prestations réalisées.

Par ailleurs, hormis les cas précités, le bénéficiaire est libre de choisir son (ou ses) prestataire(s).

## 7. L'ADMINISTRATION PEUT-ELLE PRÉSÉLECTIONNER LES PRESTATAIRES EXTÉRIEURS SUSCEPTIBLES D'INTERVENIR POUR LE BÉNÉFICIAIRE ?

L'Administration qui gère le domaine public doit respecter le principe de liberté du commerce et de l'industrie et celui de libre concurrence.

Il n'en demeure pas moins que l'Administration peut, pour des motifs d'intérêt général tenant à la gestion du domaine et au regard des modalités d'exercice du service public, établir des critères de sélection des prestataires extérieurs intervenants pour les bénéficiaires.

La validité de la présélection ne sera assurée que si, d'une part ladite procédure a fait l'objet d'une information auprès de toutes les entreprises susceptibles de candidater, d'autre part les critères de présélection ont été portés à leur connaissance.

## 8. QUELS SONT LES PRINCIPAUX PRÉALABLES JURIDIQUES À PRÉVOIR AVEC L'OCCUPANT DES LIEUX ?

L'Administration devra obtenir, avant la date de l'événement, une attestation d'assurance de la part des organisateurs.

Les organisateurs devront se charger de toutes les mesures de sécurité à prévoir le cas échéant et des demandes d'autorisation (type demande en préfecture) éventuellement prévues par les réglementations.

L'Administration et l'occupant devront signer une convention de mise à disposition d'espaces en vue d'événements et de manifestations.

## 9. QUELS SONT LES POINTS CLÉS DE LA CONVENTION ?

- descriptif et conditions de la mise à disposition des espaces, moyens et équipements (détaillés dans la partie «Conditions Particulières» de la convention)
- procédure d'état des lieux
- descriptifs des éventuels services annexes associés
- prix et modalités de paiement
- conditions et modalité d'annulation et de résiliation (par l'Administration et par le cocontractant)
- clauses de responsabilité et d'assurance. La convention prévoit une exclusion totale de responsabilité de l'Administration, sous réserve que le lieu corresponde bien aux caractéristiques d'un Établissement Recevant du Public et en respecte les règles de sécurité (cf. point ZOOM ERP dans la fiche)
- cahier des charges technique prévoyant les conditions d'utilisation des lieux correspondant notamment aux impératifs de sécurité

### Pour aller plus loin...

- **Décret n° 2009-151 du 10 février 2009** «relatif à la rémunération de certains services rendus par l'État consistant en une valorisation de son patrimoine immatériel»
- **Circulaire du 23 mars 2009** «relative à la valorisation des mises à disposition de lieux et espaces du domaine de l'État»



Musée de l'air et de l'espace (93)

## **Contact :**

### **Agence du patrimoine immatériel de l'État (APIE)**

Atrium - 5, place des Vins-de-France

75573 PARIS Cedex 12

Téléphone : +33 1 53 44 26 00

Télécopie : +33 1 53 44 27 39

apie@apie.gouv.fr

www.economie.gouv.fr/apie

### **Directeur de la publication :**

Danielle Bourlange

### **Rédacteurs :**

André Étancelin (Relations extérieures, politique d'accueil des évènements)

Mathieu Ingrand

Sylvie Nestelhut

Contribution juridique : Murielle Sitruk, Céline Wester

### **Crédits photos**

Page 1 : Cité de l'architecture - Galerie des moulages - Paris

Page 3 : Ministère de l'économie - Centre de conférence Pierre Mendès-France

Page 4 : Cercle national des armées - Saint Augustin © DICOD

Pages 5 : Musée Guimet

Page 6 : Cité de la céramique - Sèvres

Page 7 : Château de Fontainebleau © Lydie Borel - château de Fontainebleau

Pages 9 et 10 (bas gauche) : Musée de l'armée - Hotel national des Invalides

Pages 10 (haut droite) : Musée national Jean-jacques Henner - Salon Rouge © Musée national Jean-jacques Henner

Page 11 : Albert-Kahn - Palmarium et jardin français © CG92/Olivier Ravoire

Page 12 : Cour d'appel de Poitiers © Cristelle Lacène MJL Dicom

Page 13 : Cercle national des armées © DICOD

Page 14 : Domaine de Sceaux - Orangerie © CG92

Page 17 : Musée de l'air et de l'espace - hall Cocarde - soirée © A Fernandes