



## **Festival de La Chaise-Dieu**

### **Cahier des charges pour la refonte du site internet du Festival**

**Consultation avril 2021**

NB : Compte tenu des modalités de son financement et de la composition de ses organes dirigeants, l'association « Festival de La Chaise-Dieu » n'est pas considérée comme un pouvoir adjudicateur au sens de l'ordonnance du 6 juin 2005. La présente consultation n'entre donc pas dans le champ d'application du Code des marchés publics.

# 1 Contexte

## 1.1 Présentation du Festival

### Historique & évolution du Festival

Depuis plus de 50 ans, La Chaise-Dieu attire, autour de sa majestueuse abbatiale gothique du XIV<sup>e</sup> siècle, des milliers de mélomanes et d'artistes. Un patrimoine exceptionnel, une acoustique généreuse, une programmation audacieuse et une ambiance chaleureuse : à partir de quelques concerts dans les années soixante, le Festival de La Chaise-Dieu n'a cessé de se développer, et il est aujourd'hui un grand festival de musique classique au cœur de l'été.

En 1965, le grand pianiste hongrois Georges Cziffra découvre La Chaise-Dieu et s'enthousiasme devant la beauté et la sobriété du lieu. Il décide d'y donner plusieurs récitals et concerts à partir de 1966. Grâce à l'engagement décisif de bénévoles enthousiastes, le Festival Cziffra est né, rebaptisé Festival de La Chaise-Dieu quelques années plus tard. Guy Ramona en prend la direction en 1976, développe le Festival, et participe au renouveau de la musique ancienne exécutée sur instruments anciens. Dans les années 1990, le Festival innove encore par des concerts spatialisés, utilisant la tribune de l'orgue et le jubé, et par la production d'opéras d'église ou d'oratorios avec mise en scène. La réputation de l'évènement s'affirme avec la venue de grands noms comme Mstislav Rostropovitch, Ivry Gitlis, Marielle et Katia Labèque, Michel Corboz, Krzysztof Penderecki, Jean-Philippe Collard, Renaud Capuçon, de prestigieux orchestres symphoniques français et étrangers et de très nombreux artistes venus de toute l'Europe.

En 2003, Jean-Michel Mathé reprend le flambeau dans la continuité, en apportant une dose d'ouverture et d'innovation. Principalement centré sur la musique de la période baroque et classique, le Festival fait alors une place plus importante aux compositeurs postromantiques et à la musique du XX<sup>e</sup> siècle. L'image du Festival se modernise, les initiatives pédagogiques et les propositions en accès libre se multiplient (sérénades et concerts en plein air, conférences...) et les concerts investissent progressivement d'autres lieux patrimoniaux de la région (Le Puy-en-Velay, Brioude, Chamalières-sur-Loire et Saint-Paulien en Haute-Loire, Ambert dans le Puy-de-Dôme). À côté des ensembles à grands effectifs, la musique de chambre et les récitals trouvent à partir de 2010 un cadre intime et une acoustique plus propice dans l'Auditorium Cziffra, issu de la transformation des anciennes granges de l'abbaye de La Chaise-Dieu en une salle de concerts permanente de 200 places.

Depuis l'automne 2012, le festival est dirigé par Julien Caron, qui s'attache à conjuguer tradition, authenticité et ouverture. Ajoutant à la carte du festival d'autres lieux emblématiques du territoire (cathédrale du Puy, abbaye de Lavaudieu en Haute-Loire, collégiale de Saint-Bonnet-le-Château dans la Loire), il donne une place renforcée aux jeunes talents, poursuit la politique d'ouverture aux autres arts, à travers des projets associant la musique à la peinture, au théâtre, au cinéma, ou encore à la danse, et conforte la place de la musique de notre temps dans la programmation, par des compagnonnages suivis avec plusieurs compositeurs comme Philippe Hersant, Michaël Levinas ou Thomas Lacôte. A partir de 2016, le festival complète son activité estivale par la mise en place de « rendez-vous en saisons », qui permettent d'aborder d'autres esthétiques par le biais de résidences artistiques qui sont aussi le support d'un volet pédagogique renforcé, en lien notamment avec l'ouverture d'un internat d'excellence dédié aux instruments à cordes au Collège de La Chaise-Dieu.

### Evolution du Festival : 2021, année de nombreux défis avec un contexte qui change

Depuis 2016, année marquée par sa 50<sup>e</sup> édition et par l'installation à l'année de son équipe permanente au sein de l'ensemble abbatial de La Chaise-Dieu, le projet d'activité de l'Association "Festival de La Chaise-Dieu" se compose aujourd'hui de trois volets :

1. une mission de diffusion de la musique lors du festival international d'été, plus particulièrement dans le domaine de la musique symphonique, sacrée et de la virtuosité instrumentale dans l'abbaye de La Chaise-Dieu et d'autres lieux patrimoniaux de la Haute-Loire et des départements limitrophes ;
2. depuis 2016, la mise en place de résidences artistiques sur le territoire hors période festivalière ;
3. le développement d'une politique de médiation culturelle ambitieuse qui conjugue actions d'éducation artistique et culturelle, actions envers les publics empêchés et actions de formation tout au long de l'année.

Ces trois pans de l'activité de l'Association s'insèrent à la fois dans une logique de site, en partenariat étroit avec le Syndicat Mixte du Projet Chaise-Dieu, maître d'ouvrages de la réhabilitation du site et gestionnaire de son parcours muséographique, et avec la Communauté des frères de Saint-Jean affectataire des lieux, mais aussi dans une logique territoriale, destinée à ce que l'activité artistique et le rayonnement du Festival bénéficie au dynamisme culturel, économique et touristique du plateau casadéen, de la Haute-Loire et plus largement de l'Auvergne.

## Association gestionnaire et équipe du festival

Le festival est administré par l'Association « Festival de La Chaise-Dieu », qui compte près de 500 membres chaque année. Elle est présidée par Gérard Roche, sénateur honoraire et ancien président du Département de la Haute-Loire.

Composée de 7 salariés permanents, l'équipe permanente de l'association se compose de 3 pôles :

- un pôle secrétariat ;
- un pôle administration – production – comptabilité ;
- un pôle mécénat – communication – action culturelle.

Coordonné par Marion Servais, responsable des partenariats, du développement et de la communication, assistée d'Agnès Souche, chargée de communication et attachée de presse régionale, ce troisième pôle travaille en lien étroit avec différents prestataires : agence de relations presse (AEC Imagine – Paris), graphistes (Aude Perrier & Hartland Villa – Paris), imprimeurs (Colorteam – Clermont-Ferrand), agence vidéo (Ymedia – Le Puy-en-Velay), prestataire réseaux sociaux (agence Natch – Paris), photographes (Bertrand Pichène – agence Pictoria). Il développe de nombreux partenariats en matière d'affichage (Clear Channel, Vue en Ville... ) et media (La Croix, France 3 Auvergne-Rhône-Alpes ...)

Chaque été, un volant de salariés saisonniers et d'intermittents techniques, ainsi qu'une centaine de bénévoles apportent leur concours à la réalisation du Festival de La Chaise-Dieu. Venus de la Haute-Loire ou d'ailleurs, ils assurent avec énergie et dynamisme les tâches qui leur sont confiées, dans un esprit de service et convivialité. Répartis en différentes équipes, ils assurent le placement du public, l'accueil des artistes, la régie-scène, la régie lumière, audio et vidéo, mais aussi les transports, l'accompagnement des journalistes et des partenaires, ou encore la vente des programmes et le service des bars d'entracte. Jeunes et moins jeunes, artisans fidèles du Festival ou nouvelles recrues, ils font le choix d'un engagement désintéressé au service d'une aventure humaine et musicale inoubliable.

## 1.2 Le Festival et ses festivaliers, problématiques et enjeux

### Un lieu central emblématique et une ouverture géographique

Monument iconique de l'abbaye de La Chaise-Dieu, fondée par Robert de Turlande en 1053, l'église abbatiale Saint-Robert est le lieu emblématique du Festival. Forte d'une histoire millénaire chargée de spiritualité, elle est fondamentale dans l'identité du Festival puisque celui-ci construit son programme autour de la musique sacrée. Le lieu et le programme sont ainsi étroitement attachés. Le Festival rayonne également en Haute-Loire, dans le Puy-de-Dôme et dans la Loire, dans les villes du **Puy-en-Velay, Saint-Paulien, Ambert, Brioude,**

**Lavaudieu et Saint-Bonnet-le-Château.** Enfin, depuis 2010, l'**auditorium Cziffra**, situé également à La Chaise-Dieu constitue le lieu idéal pour les récitals de musique de chambre ou récitals en solo.

## Image et notoriété du Festival

Le Festival de La Chaise-Dieu bénéficie d'une **bonne notoriété**, installée par la qualité de sa programmation, sa place reconnue dans le milieu musical, la provenance très large de son public, capital solide que viennent conforter chaque année des campagnes d'affichage régionales et nationales et la couverture médiatique de ses concerts. Renouvelé en 2010, son logo constitue une véritable marque.

Néanmoins, cette image de marque demande encore à être affinée, en permettant au grand public de mieux situer géographiquement La Chaise-Dieu, mais aussi en véhiculant de manière plus nette et plus précise la réalité de sa programmation, la diversité de ses propositions artistiques et les efforts importants qu'il déploie depuis plusieurs années pour s'adresser à une clientèle plus jeune et moins spécialisée.

## Identité du Festival

Le Festival est un **festival généraliste de musique classique** qui repose sur **3 piliers** :

- la **musique sacrée**, en adéquation avec les lieux de concerts investis, pour la plupart des édifices culturels ;
- le grand répertoire symphonique, l'abbatiale de La Chaise-Dieu – plus grand auditorium du Massif central avec ses 900 places - permettant d'accueillir de grandes formations orchestrales et chorales sur scène ;
- le **piano**, en référence à ses origines liées à la figure tutélaire de Cziffra, qui est chaque année à l'honneur tant en récital qu'en concerto.

## Profil-type des festivaliers

Depuis le début des années 1980, le festival réalise tous les deux ans une enquête auprès de son public à travers un questionnaire très détaillé, permettant de mieux cerner le profil-type des festivaliers et son évolution. Les principales données issues de l'enquête 2019 sont les suivantes :

Sexe : 57,80% de femmes / 42,20% d'hommes.

Provenance : 33,40% d'Auvergne / 26,40% de Rhône-Alpes / 13,90% d'Île de France.

Âge moyen : 61,40% de + de 65 ans / 30,60% de 51 à 65 ans / 4,70% de 36 à 50 ans / 2,60% de 21 à 35 ans / 0,80% de – de 21 ans.

Niveau de formation : 75,90% des festivaliers ont fait des études dans le supérieur.

Mode de fréquentation : 15,10% des festivaliers viennent seuls / 59,30% en famille / 29,60% avec des amis / 1,60% en groupes organisés.

Nombre moyen de concert par festivalier : 3,25.

Fidélité : en moyenne, le nombre de participations au Festival est de 7,73 ans.

Panier moyen du festival (hors billetterie festival) : 79,53€

Moyen d'information : 65,80% par la brochure / 32,40% site internet.

## 2 Prestation attendue

### Un appel d'offre pour ...

La présente consultation a pour objet la refonte du site internet du Festival de La Chaise-Dieu, qui doit s'affirmer comme le pilier de la stratégie de communication du Festival en corrélation avec ses autres supports print et web.

En relation avec l'équipe du Festival (directeur du Festival, responsable des partenariats, du développement et de la communication, chargée de communication), les principaux objectifs de cette refonte sont les suivants :

- Augmenter l'image de marque du Festival sur le web et le rendre plus lisible et plus moderne ;
- Permettre de mieux saisir les différents volets d'activité du festival ;
- Donner l'envie de prolonger la lecture web via une nouvelle arborescence, une nouvelle ergonomie et un graphisme repensé, plus conforme à l'image actuelle du festival ;
- Simplifier l'accès à ses différentes fonctionnalités et l'interface avec sa boutique (actuellement administrée par le même prestataire que le site web principal) et son module de réservations (actuellement géré par un autre prestataire) ;
- Différencier clairement le site du festival [www.chaise-dieu.com](http://www.chaise-dieu.com) de celle des autres acteurs du site ([www.chaisedieu.fr](http://www.chaisedieu.fr) : syndicat mixte de travaux et de gestion du site / [www.abbaye-chaise-dieu.com](http://www.abbaye-chaise-dieu.com) : paroisse et communauté monastique / <http://www.lachaisedieu.fr/> : municipalité)
- Permettre une actualisation des informations en interne simple et rapide ;
- Tirer pleinement partie des réseaux sociaux qui ont été largement développés depuis 2018.

### Contraintes sur la réalisation

- Utilisation en conformité et en harmonie avec la charte graphique éditée autour du logo, modernisée en 2011 et déposée à l'INPI ;
- Eco-conception du site internet ;
- Le nouveau site internet devra impérativement être opérationnel le 31 mars 2022 pour une ouverture de la billetterie en ligne début avril 2022.

### 3 Conditions de l'appel d'offre

#### 3.1 Rendus attendus

##### Première étape : Sélection des participants

Dossier contenant

- la présentation de l'agence ou du créateur web et ses compétences, les références et exemples (book, site Internet, plaquette de présentation, articles de presse....), et tout document que le candidat jugera utile de faire connaître au Festival dans le cadre de sa sélection ;
- un devis détaillé (création + exécution) ou estimation commentée (avec les différentes options) pour l'intégralité des travaux ;
- tout autre document jugé utile par le candidat.

Ce dossier est à envoyer à l'adresse postale suivante :

Festival de La Chaise-Dieu  
Maison du Cardinal  
2 place de la fontaine – BP 1  
43160 LA CHAISE-DIEU

À l'issue de l'étude de ces dossiers, le festival sélectionnera trois ou quatre candidats.

À leur demande (par tél. ou email), le Festival pourra adresser aux candidats différents documents (dossier de presse 2019, brochure 2019, livre-programme 2019, ...)

##### Deuxième étape pour les candidats sélectionnés :

Les candidats sélectionnés devront fournir 2 ou 3 pistes créatives de maquette de la page d'accueil du site internet du Festival de La Chaise-Dieu.

Cette étape est rémunérée symboliquement (voir 3.4).

##### Troisième étape pour le candidat finalement choisi :

Travail sur l'une des pistes proposées par le candidat retenu pour aboutir à une proposition finale.

#### 3.2 Calendrier

##### Première étape : Sélection des participants

Communication et transmission de l'appel d'offres	A partir du 12 avril 2021
<b>Date limite pour les dossiers de présentation</b>	<b>7 mai 2021</b>
Sélection de quelques dossiers	7 mai – 15 mai 2021
Notification aux candidats non retenus	A partir du 17 mai 2021

**Deuxième étape :** sur la base d'une rémunération symbolique et minimum, les candidats alors retenus proposent une série d'épreuves, 2 ou 3 propositions différentes.

Commande du pré-projet aux candidats retenus ( <i>brief identique délivré aux candidats</i> )	Semaine du 17 mai 2021
Travail des candidats	17 mai 2021 – 1 <sup>er</sup> juillet 2021

Date limite pour les propositions	1 <sup>er</sup> juillet 2021 (18h)
Rencontre des candidats en visioconférence pour présentation par oral des propositions	12-13 juillet 2021
Sélection de l'agence	Semaine du 26 juillet 2021

**Troisième étape** : collaboration avec le candidat retenu pour la modernisation du logo et ses déclinaisons

Notification aux candidats non-retenus	Semaine du 26 juillet 2021
Commande au candidat retenu et début de la collaboration	A partir du 26 juillet 2021
Premiers éléments graphiques livrés au Festival	Septembre 2021

### 3.3 Participants attendus

- Graphistes, designers, artistes indépendants associés à une agence web
- Studios graphiques
- Agences web / communication

### 3.4 Rémunérations des projets

Les 2 ou 3 prestataires choisis à l'issue de la première étape et non retenus à l'issue de la seconde étape seront dédommagés d'une somme forfaitaire de **400 € HT** sur présentation d'une facture.

Pour le prestataire retenu à l'issue de la seconde étape, le travail ici fourni et sa rémunération sont inclus dans la prestation globale.

### 3.5 Critères d'évaluation

- Pertinence de la réponse par rapport à l'appel d'offre (compréhension des besoins, proposition de page d'accueil, appui-conseil en amont de la phase de développement etc.) ;
- Rapport qualité/prix pour la conception/réalisation de ce projet ;
- Conformité au planning ;
- Proposition commerciale concernant l'hébergement, la maintenance corrective et la maintenance évolutive ;
- Impact social et environnemental/engagements et valeurs du prestataire ;
- Innovation, originalité, esthétisme, clarté ;
- Capacité d'écoute et de réactivité.

### 3.6 Enveloppe budgétaire

L'enveloppe budgétaire globale pour la création du site internet, est estimée entre 5000€ et 15000€ HT.