



## EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

---

Conseillers en exercice : 65

Date de Publicité : 03/03/20

Reçu en Préfecture le : 06/03/20  
CERTIFIÉ EXACT,

**Séance du lundi 2 mars 2020**  
**D - 2020 / 57**

***Aujourd'hui 2 mars 2020, à 15h00,***

le Conseil Municipal de la Ville de Bordeaux s'est réuni à Bordeaux, sous la présidence de

***Monsieur Nicolas FLORIAN - Maire***

**Etaient Présents :**

Monsieur Pierre HURMIC, Madame Emmanuelle AJON, Madame Anne WALRYCK, Madame Maribel BERNARD, Madame Delphine JAMET, Monsieur Nicolas BRUGERE, Madame Anne BREZILLON, Mme Anne-Marie CAZALET, Monsieur Yohan DAVID, Madame Brigitte COLLET, Monsieur Stephan DELAUX, Madame Emmanuelle CUNY, Madame Laurence DESSERTINE, Monsieur Jean-Michel GAUTE, Madame Magali FRONZES, Monsieur Pierre LOTHAIRE, Madame Emilie KUZIEW, Monsieur Jérôme SIRI, Madame Arielle PIAZZA, Monsieur Joël SOLARI, Madame Elizabeth TOUTON, Madame Ana maria TORRES, Monsieur Jean-Pierre GUYOMARCH, Madame Mariette LABORDE, Madame Marie-Françoise LIRE, Monsieur Erick AOUIZERATE, Monsieur Philippe FRAILE MARTIN, Madame Marie-Hélène VILLANOVE, Madame Florence FORZY-RAFFARD, Monsieur Alain SILVESTRE, Madame Marie-José DEL REY, Monsieur Guy ACCOCEBERRY, Monsieur Edouard du PARC, Madame Sandrine RENOU, Madame Estelle GENTILLEAU, Monsieur Marc LAFOSSE, Monsieur Yassine LOUIMI, Mme Laetitia ROY, Madame Solène COUCAUD-CHAZAL, Madame Cécile MIGLIORE, Monsieur Gérald CARMONA, Monsieur Pierre De Gaétan NJIKAM MOULIOM, Madame Chantal FRATTI, Madame Nathalie DELATTRE, Monsieur Paul AZIBERT, Monsieur Nicolas FLORIAN, Madame Ghislaine BUISSON, Madame Michèle DELAUNAY, Madame Alexandra SIARRI, Monsieur Marik FETOUH, Monsieur Fabien ROBERT, Monsieur Nicolas GUENRO, Monsieur Matthieu ROUYEYRE, Monsieur François JAY,

**Excusés :**

Monsieur Jean-Louis DAVID, Monsieur Didier CAZABONNE, Monsieur Michel DUCHENE, Madame Stéphanie GIVERNAUD, Monsieur Olivier DOXARAN, Monsieur Vincent FELTESSE, Madame Catherine BOUILHET

**Musée des Arts décoratifs et du Design. Exposition  
"Playground-Le design des sneakers". Mécénat  
avec Bordeaux-Euratlantique. Partenariats  
avec SNCF Gares & connexions, Keolis et le  
Grand Hôtel. Gratuité d'accès. Fixation tarifs  
catalogue. Conventions. Autorisation. Signature**

Monsieur Fabien ROBERT, Conseiller municipal, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

Le musée des Arts décoratifs et du design, organise du 9 avril au 27 septembre 2020, l'exposition *Playground - Le design des sneakers*.

A l'occasion de cette exposition, et grâce à une politique de diversification des ressources toujours plus active, le musée des Arts décoratifs et du Design est accompagné et soutenu par des partenaires sensibles à la valorisation du patrimoine, de l'art et à la création artistique. C'est ainsi que :

- L'Établissement public d'aménagement de Bordeaux-Euratlantique souhaite soutenir l'exposition par un mécénat financier à hauteur de 10 000 euros.

A cet effet, une convention de mécénat a été établie, précisant les modalités de ce mécénat. En contrepartie de ce mécénat, 500 entrées seront remises à l'Établissement public d'aménagement de Bordeaux-Euratlantique.

Par ailleurs :

- la société Keolis Bordeaux Métropole souhaite soutenir l'exposition par des actions de communication ;
- la société SNCF Gares & Connexions souhaite soutenir l'exposition par une exposition « hors les murs » du musée ;
- l'InterContinental Bordeaux – Le Grand Hôtel, souhaite soutenir l'exposition en offrant des nuitées et en exposant des œuvres installées dans des vitrines au sein de son établissement.

A cet effet, des conventions de partenariats ont été rédigées précisant les modalités de ces partenariats.

Pour ces partenariats, 300 entrées seront offertes :

- 50 entrées à la société Keolis Bordeaux Métropole
- 150 entrées à la société SNCF Gares & Connexions
- 100 entrées à l'InterContinental Bordeaux – Le Grand Hôtel

Par ailleurs, un catalogue d'exposition sera édité par les éditions Norma. Le musée des Arts décoratifs et du Design en achètera 1 300 exemplaires ; 600 exemplaires seront réservés aux dons et aux échanges et 700 à la vente.

Une souscription sera lancée à partir du 6 mars 2020, et sera proposée notamment à l'association des Amis du musée des Arts décoratifs et du Design, jusqu'à la sortie du livre en librairie. Le prix de cet ouvrage est fixé pour cette souscription à 27,30 euros TTC. Dès sa sortie en librairie, le prix public du livre est fixé à 39 euros TTC.

Une remise de 30 % sur cet ouvrage sera consentie pour les libraires.

En conséquence, nous vous demandons, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à :

- Solliciter des financements sous forme de mécénat dans le cadre du projet décrit ci-dessus ;
- Accepter le don financier dans ce cadre ;

- Autoriser les partenariats et mécénat susmentionnés ;
- Signer les conventions de partenariat et mécénat annexées à la présente délibération et tous les documents afférents ;
- Faire appliquer les tarifs du catalogue d'exposition.

## **ADOpte A L'UNANIMITE**

Fait et Délibéré à Bordeaux, le 2 mars 2020

P/EXPEDITION CONFORME,

**Monsieur Fabien ROBERT**

## CONVENTION DE PARTENARIAT EXPOSITIONS EN GARE

### ENTRE

SNCF Gares & Connexions, société anonyme au capital de 77.292.590 euros, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le numéro 507 523 801, dont le siège social est Paris (75013), au 16 avenue d'Ivry, représentée à l'effet des présentes par la société Retail & Connexions, Société Anonyme au capital de 760.000,00 euros, dont le siège social est situé à PARIS (75013), 16 Avenue d'Ivry, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de PARIS sous le numéro 341 826 782, elle-même représentée par Sylvain Bailly, en sa qualité de Directeur des affaires culturelles,

### ET

**La Ville de Bordeaux (Musée des Arts décoratifs et du Design)**, représentée par son Maire, Monsieur Nicolas Florian, habilité aux fins des présentes par délibération du Conseil Municipal du

Reçue en Préfecture le

Ci-après dénommé « le Partenaire »

Le Partenaire et SNCF Gares & Connexions sont ci-après désignés individuellement par « la Partie » et ensemble par « les Parties »

### PREAMBULE

SNCF Gares & Connexions, société anonyme, a pour ambition de faire des gares de lieux de vie au cœur de la ville et se veut au plus proche des voyageurs. Ouvrir les gares à la culture et la faire partager au plus grand nombre y participe grandement et constitue l'un des objectifs de SNCF Gares & Connexions. En lien étroit avec l'actualité culturelle locale, avec les festivals de photographie et de musique, les musées et les centres d'art dont elle est partenaire, SNCF Gares & Connexions propose ainsi chaque année plus de 100 expositions, interventions et rencontres culturelles dans des gares réparties sur l'ensemble du territoire français.

La société Retail & Connexions dispose d'une compétence particulière et reconnue dans le domaine de la gestion et la valorisation des emplacements situés sur le domaine public ferroviaire.

C'est la raison pour laquelle SNCF Gares & Connexions, lui a confié par mandat la planification, la préparation et la conduite des actions culturelles dans les gares ferroviaires françaises de voyageurs, en son nom et pour son compte.

Le musée des Arts décoratifs et du Design est un établissement culturel de la ville de Bordeaux.

Du 9 avril au 27 septembre 2020, le musée des Arts décoratifs et du Design présente l'exposition *Playground – Le design des sneakers*. Avec plus de 500 paires, des films, des documents d'archives, des photos et des témoignages, l'exposition retracera l'évolution de cette industrie gigantesque et présentera la sneaker dans toutes ses dimensions culturelles.



Les Parties ont souhaité exposer *Playground – Le design des sneakers hors les murs* (titre provisoire). Cette **Exposition** se tiendra de la mi-mars à la mi-mai 2020 en gare de BORDEAUX.

Dans la continuité de ses actions culturelles, SNCF Gares & Connexions souhaite s'associer au Partenaire à l'occasion de l'exposition *Playground – Le design des sneakers* au musée des Arts décoratifs et du Design.

Dès lors, les Parties sont convenues de se rapprocher en concluant la présente convention (ci-après la « **Convention** ») correspondant à leur volonté réciproque d'engagement, afin d'assurer les meilleurs développements possibles à leur collaboration.

### **Article 1 – Objet du partenariat**

La présente Convention a pour objet de préciser les modalités de la collaboration entre SNCF Gares & Connexions et le Partenaire dans le cadre de la réalisation de l'Exposition.

Il est expressement convenu que l'Exposition sera construite sous la charte graphique "SNCF Gares & Connexions Révélateurs de Culture", disponible sur simple demande.

La simulation d'une Exposition type est jointe à titre indicatif en annexe des présentes.

### **Article 2 – Date d'effet et durée**

La Convention prend effet à la date de signature par la dernière des Parties et prendra fin à la date de clôture de l'exposition *Playground – Le design des sneakers* présentée au sein du musée des Arts décoratifs et du Design.

Les stipulations de la Convention relatives à la confidentialité, à la propriété intellectuelle et à la garantie, ainsi que l'ensemble des articles prévoyant que certaines obligations contractuelles continuent à produire leurs effets au-delà du terme de la Convention, survivent pendant la durée prévue audits articles, même en cas de résiliation pour quelque raison que ce soit.

Tout renouvellement tacite de la présente Convention est exclu et tout avenant fera systématiquement l'objet d'un contrat écrit signé par les Parties, sans préjudice de l'alinéa précédent.

### **Article 3 – Engagements du Partenaire**

#### **3.1 Fourniture des visuels pour la réalisation de l'Exposition**

Le Partenaire s'engage à fournir à SNCF Gares & Connexions un ensemble de visuels pour la conception et la réalisation de l'Exposition, et au minimum l'ensemble des éléments figurant dans l'Exposition (ci-après « Les **Visuels** »).

Le Partenaire garantit, aux termes des présentes détenir les droits de propriété Intellectuelle attachés aux Visuels et nécessaires aux fins de s'engager aux termes de la présente Convention.

Le Partenaire autorise à titre gratuit SNCF Gares & Connexions ou tout tiers autorisé par elle, à reproduire, représenter, communiquer au public et/ou fixer les Visuels, directement ou indirectement, par extrait ou en totalité, pour une exploitation dans le cadre de l'Exposition et/ou pour les besoins de sa communication interne et externe, dans les conditions suivantes:

- Le droit de fixer, reproduire ou de faire reproduire les Visuels, en tout ou partie, en tout format, par tout procédés techniques ;
- Le droit de communiquer au public les Visuels, dans un lieu privé ou public, et notamment les gares, par les moyens et procédés techniques, dans tous formats tels que précisés ci-après :

- Par tous procédés de communication au public en ligne, sur tous réseaux et/ou systèmes numériques actuels ou futurs tels que notamment Internet, intranet, périphérique de stockage d'informations numérisées ou tout par technologie sans fil ou téléphonie mobile, systèmes destinés aux téléphones mobiles et aux assistants personnels, écrans tactiles ;
- Par tous procédés actuels ou futurs de télédiffusion, notamment par transmission hertzienne, câble, satellite, télévision en clair, cryptée, à péages TNT, IPTV, TMP, ou par tout autre réseau de télécommunication ou de communication audiovisuelle ;
- Sur support papier presse ou affichage, tels que notamment photos, fresques, affiches, brochures, catalogues, flyers, magazines SNCF et au sein du livre « Art en Gare » ;
- Sur tous supports d'enregistrement, actuels ou futurs, notamment graphique, mécanique, magnétique, optique, numérique, électronique ou sur toute mémoire permettant de stocker des informations numérisées ;
- Dans le cadre d'une intégration dans une œuvre multimédia, quel que soit le support, notamment par vidéo, cinéma ;

Le droit d'adapter les Visuels, y compris le droit d'ajouter, de retirer, de combiner avec d'autres éléments ou créations, d'insérer des logos, tout ou partie desdits Visuels, par tous moyens ou procédés et notamment par tous moyens de communication visés ci-dessus. SNCF Gares & Connexions pourra effectuer notamment toutes modifications et ajouts nécessités par des contraintes techniques et/ou graphiques. Aucune modification et/ou ajout nécessités par des contraintes techniques et/ou graphiques ne pourront être effectués sans l'accord préalable du Partenaire.

Cette autorisation est consentie pour tous supports, en tous formats, quel que soit le procédé technique utilisé notamment :

- Dans le cadre de l'Exposition objet de la présente Convention ;
- Tout support Internet et digital de SNCF Gares & Connexions destiné à promouvoir l'Exposition et notamment son site internet, ses réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube etc.) et via e-mailing, et ce quel que soit le support de réception (ordinateur, tablette, téléphone etc.) ;
- Pour la communication culturelle de Gares & Connexions au sein du livre « Art en Gare » ;
- Toute finalité de relation presse et de relations publiques aux fins de promouvoir l'Exposition ;
- Tous supports pour les stricts besoins internes de SNCF Gares & Connexions : pour toute utilisation des Visuels à des fins institutionnelles et/ou de nature historique et/ou à des fins d'archives n'ayant pas de finalité publicitaire ou promotionnelle, site intranet, assemblées générales etc.
- Tous supports dans le cadre de la communication interne et externe de SNCF Gares & Connexions

Avant tout lancement en production, toutes les reproductions nécessiteront la validation en amont du Partenaire. Sans accords préalables, le Partenaire décline toutes responsabilités quant à l'utilisation de ces Visuels.

Par ailleurs, si SNCF Gares & Connexions souhaite acquérir la titularité des droits de propriété intellectuelle sur les Visuels, elle devra se rapprocher du ou des auteurs des Contenus et signer un contrat de cession de droits.

La présente autorisation est consentie pour la durée de l'exposition Playground – Le design des sneakers présentée au sein du musée des Arts décoratifs et de Design et concerne les territoires du monde entier.

La cession des droits est faite à l'exclusion du droit moral qui demeure incessible.

Le Partenaire communique à SNCF Gares & Connexions les mentions de paternité des Visuels et garantit par conséquent SNCF Gares & Connexions de toute erreur ou omission de mention qui résulterait de son fait.

Le Partenaire garantit SNCF Gares & Connexions contre tout trouble, action, réclamation, opposition, revendication et éviction quelconque provenant d'un tiers qui soutiendrait que les Visuels en Gare violent ses droits, ainsi que contre tout dommage ou responsabilité encourue dans l'exercice des droits attachés auxdits Visuels.

### 3.2 Participation financière à la réalisation de l'Exposition

Dans le cadre de la réalisation de l'Exposition par SNCF Gares & Connexions, le Partenaire s'engage à participer à hauteur de 6 000 euros HT, soit 7 200 € TTC correspondant à la conception et la production de l'exposition : Direction Artistique, scénographie, impression pose et dépose de l'ensemble des éléments composant l'exposition. Voir article 4.1 ci-dessous.

Ce montant est global et définitif.

Il est soumis à la taxe sur la valeur ajoutée aux taux légaux en vigueur au jour de l'émission de la facture.

Afin de permettre au Partenaire d'exécuter ses engagements au titre de son soutien financier selon les modalités susvisées, SNCF Gares & Connexions communique au Partenaire les coordonnées du compte bancaire de son mandataire :

Bénéficiaire : Retail & Connexions  
Banque : Société Générale  
N° compte : 00020051930  
IBAN : FR76 3000 3036 3000 0200 5193 034  
BIC : SOGEFRPP

Le Partenaire versera la totalité de la participation financière décrite ci-dessus par virement à l'ordre de Retail & Connexions à la date de signature de la Convention. Le virement s'effectue à 30 jours nets.

### 3.3. Engagements en nature

Le Partenaire s'engage à mettre à disposition de SNCF Gares & Connexions :

- 150 entrées gratuites pour le musée des Arts décoratifs et du Design.

### 3.4 Visibilité de SNCF Gares & Connexions dans le plan de communication du Partenaire

Le Partenaire s'engage à mettre en visibilité SNCF Gares & Connexions lors de l'Exposition.

Le Partenaire s'engage à valoriser le partenariat avec SNCF Gares & Connexions, en apposant le nom « SNCF Gares & Connexions » en toutes lettres sur les supports de communication suivants :

#### **Dans le musée**

Texte *Remerciements* à l'entrée de l'exposition

Livret de médiation adulte

**Catalogue d'exposition**

Environ 2500 exemplaires

**Communiqués et dossiers de presse (français et anglais)**

Diffusion en collaboration avec l'agence de presse parisienne Claudine Colin : plus de 2500 contacts.

**Vernissage de l'exposition *Playground – Le design des sneakers* au madd-bordeaux (plus de 800 personnes attendues)**

Cartons d'invitation papier : plus de 4 000 exemplaires

Cartons d'invitation numériques : plus de 5 000 exemplaires

**Programme culturel papier diffusé dans Bordeaux, Métropole et en Nouvelle-Aquitaine**

18 000 exemplaires par trimestre (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> trimestre), soit 36 000 exemplaires.

Diffusion dans plus de 400 points : centre-ville (lieux culturels et touristiques) + Offices de Tourisme en Nouvelle-Aquitaine

**Site Internet**

Page dédiée à l'exposition.

10 000 visiteurs en moyenne par mois / 17 500 pages vues par mois

<http://www.madd-bordeaux.fr/>

Tous supports de communication doivent recevoir préalablement à toute publication une validation expresse de SNCF Gares & Connexions; l'absence de réponse valant refus d'accord de la part de cette dernière.

En outre, le Partenaire s'engage à fournir à SNCF Gares & Connexions des exemplaires papier des supports de communication qui seront réalisés dans le cadre de la présente Convention.

**Article 4 – Engagements de SNCF Gares & Connexions****4.1. Réalisation de l'Exposition par SNCF Gares & Connexions**

SNCF Gares & Connexions assure la conception et la réalisation de l'Exposition et notamment : les impressions photos ; la rédaction des écrits et des textes de présentation du partenariat, la direction artistique et scénographique de l'Exposition, la pose et la dépose en gare de l'ensemble des éléments composant l'Exposition...).

Retail & Connexions se chargera de régler directement les prestataires en charge des missions de rédaction des écrits, de textes, de la scénographie de l'exposition, de l'impression, de la pose et de la dépose de l'exposition.

La visibilité de l'Exposition se traduit comme suit :

- Gare de Bordeaux St Jean (Hall 1 et salles d'attente).
- Diffusion d'images sur les écrans têtes de quai et d'information voyageurs en gare de Bordeaux.

« Il est expressement convenu que l'affichage des éléments sur les écrans tête pourraient ne pas avoir lieu pour des raisons indépendantes de la volonté de SNCF Gares & Connexions et notamment panne ou maintenance de tout ou partie du matériel ou encore mouvement social perturbant le fonctionnement normal de la gare. De tels événements ne constituent pas un

manquement de la part de SNCF Gares & Connexions susceptible d'engager sa responsabilité sur le fondement de l'article 8.1 »

SNCF Gares & Connexions s'engage dans le respect du droit moral des auteurs à ce que le nom des auteurs soit mentionné à l'occasion de chaque diffusion des Visuels (légendes et crédits), sous réserve qu'il soit transmis par le Partenaire.

Au regard de la destination de l'Exposition, celle-ci devant être présentée dans un espace ouvert au public, le Partenaire accepte expressément les éventuels risques de dégradations pouvant affecter l'Exposition et les Visuels et notamment toutes dégradations liées aux circonstances de son exposition, aux contacts des visiteurs et des intempéries.

SNCF Gares & Connexions prendra néanmoins les mesures nécessaires, dans les limites de ses moyens, pour protéger l'Exposition et les Visuels des éventuels risques de dégradations susvisés, assurer la maintenance utile et son entretien.

#### 4.2. Mise en œuvre d'opérations de communication par SNCF Gares & Connexions

SNCF Gares & Connexions s'engage à relayer l'Exposition du Partenaire sur le site garesetconnexions.sncf ainsi que sur les pages Facebook des gares concernées, Twitter, instagram, chaîne You Tube, LinkedIn,

Pour information, le site et les réseaux sociaux de SNCF Gares & Connexions et leur fréquentation sont les suivants :

##### **WEB**

Site internet SNCF <http://www.garesetconnexions.sncf//fr>

Plus de 700 000 visiteurs uniques par mois (clients, élus, leaders d'opinions, journalistes)

##### **FACEBOOK**

1 page nationale Gares & Connexions : plus de 32 700 fans

<https://www.facebook.com/Gares.connexions/>

Sur la page Facebook de la gare de Bordeaux-St-Jean avec plus de 8000 fans.

Soit près de 270 000 fans.

##### **TWITTER**

Compte @ConnectGares - <https://twitter.com/ConnectGares>

Près de 25 000 abonnés (nombreux élus et leaders d'op)

##### **INSTAGRAM**

Compte gares\_connexions - [https://www.instagram.com/gares\\_connexions/](https://www.instagram.com/gares_connexions/)

Plus de 6700 abonnés

##### **YOU TUBE**

Chaîne SNCF Gares & Connexions - Plus de 7000 abonnés

##### **LINKEDIN**

Entreprise SNCF Gares & Connexions - Plus de 14 000 abonnés.

<https://www.linkedin.com/company/gares-&-connexions>

SNCF Gares & Connexions s'engage à citer le nom de l'exposition *Playground – Le design des sneakers*, le nom du musée et son lien vers son site internet sur tous les supports de communication relatifs à l'Exposition.

#### **Article 5 – Respect des règles de parole en gare**

Toute opération de communication, d'animation et/ou événementiel en gare doit s'inscrire dans le respect des règles de prise de parole de la régie publicitaire Média Transports qui gère les espaces publicitaires en gare.

A ce titre, les logotypes des Marques mis à part, aucun autre logo ou coordonnées (web, mail, postales) ne peuvent être présents sur les supports et affiches déployés dans le périmètre de la gare, dans le cadre de la présente Exposition.

#### **Article 6 – Respect de l'image des Parties et de leurs marques respectives**

SNCF Gares & Connexions est bénéficiaire ou titulaire des marques suivantes (ci-après "Marques"):

- marque semi-figurative française "SNCF" n°134055370, déposée le 17 décembre 2013 en classes 7 ; 9 ; 12 ; 16 ; 18 ; 25 ; 28 ; 35 ; 36 ; 38 ; 39 ; 41 ; 42 et 43 ;
- la marque semi figurative française "SNCF Gares & Connexions" déposée le 20 janvier 2016 sous le numéro 4242124 en classes 9, 16, 35, 36, 37, 3839, 41, 42, 43 et 45.

SNCF Gares & Connexions autorise à titre non exclusif le Partenaire à reproduire les Marques sur les supports et dans des actions de communication engagées au titre de la présente Convention, sous réserve du respect des principes énoncés à l'article 3.

Cette autorisation est strictement limitée à l'exécution de la présente Convention et ne pourra en aucun cas être étendue à d'autres opérations de communication ou à d'autres supports, sauf accord préalable et écrit de SNCF Gares & Connexions. Le Partenaire s'engage par ailleurs à ne pas céder cette autorisation d'usage, à ne pas l'apporter à un tiers et à ne pas consentir de sous-autorisations d'usage.

L'expiration ou la résiliation de la Convention mettra fin aux droits d'utilisation des Marques SNCF dont bénéficie le Partenaire

Le Partenaire s'engage à s'abstenir de tout acte susceptible de porter atteinte directement ou indirectement, aux droits de propriété intellectuelle de SNCF Gares & Connexions.

SNCF Gares & Connexions se réserve le droit de manière unilatérale de mettre fin ou de modifier à tout moment la présente autorisation d'utiliser les Marques, et/ou peut demander à tout moment au Partenaire de modifier ou supprimer toute utilisation faite des Marques qui, à la seule discrétion de SNCF Gares & Connexions, ne respecterait pas les conditions d'utilisation précédemment énoncées, ou porterait atteinte à ses droits ou intérêts.

#### **Article 7 – Responsabilité et assurance**

##### **7.1. Responsabilité**

Chacune des Parties est responsable dans les termes du droit commun des conséquences pécuniaires des dommages de toute nature imputables à ses fautes, erreurs ou omissions, ou à celles des personnes dont elle doit répondre tels que ses préposés ou tout autre personne extérieur

intervenant à sa demande dans la réalisation de la présente Convention, ou des choses qu'elle a sous sa garde, et qui du fait ou à l'occasion de l'exécution de la Convention, pourraient être causés à elle-même, à son personnel, ainsi qu'aux tiers.

Dans les conditions définies ci-dessus, chaque Partie s'engage à garantir l'autre Partie et ses agents contre toute action ou réclamation qui pourraient être exercée à leur encontre, ainsi qu'à les indemniser des préjudices subis par eux, dès lors que leur responsabilité ne serait pas engagée dans les termes de l'alinéa ci-avant.

## 7.2. Assurance

SNCF Gares & Connexions est dispensée de souscrire une police d'assurance pour couvrir les risques qu'elle encourt en application des dispositions de l'article « Responsabilité ». Le Partenaire déclare être titulaire d'une police d'assurance garantissant les conséquences pécuniaires du fait de sa responsabilité civile, délictuelle ou contractuelles et de celles de ses personnels, prestataires, éventuels sous-traitants autorisés.

Le montant des capitaux assurés par nature de dommages au titre de cette police ne saurait en aucun cas constituer une limite des responsabilités encourues par le Partenaire.

## **Article 8 – Annulation, résiliation**

### 8.1. Résiliation anticipée

En cas de manquement par l'une des Parties à l'une quelconque de ses obligations au titre de la présente Convention, l'autre Partie peut, sous réserve de respecter un préavis de 7 (sept) jours à compter de la réception d'une lettre recommandée avec avis de réception resté infructueux, résilier la présente Convention de plein droit.

La Partie qui n'aura pas honoré ses engagements sera redevable d'indemnités à l'autre Partie établies en fonction du préjudice subi.

### 8.2. Force majeure

Aucune des Parties ne pourra être tenue responsable d'un manquement quelconque à ses obligations au titre de la présente Convention si un tel manquement résulte d'un événement de force majeure présentant les caractéristiques définies par la jurisprudence de la Cour de Cassation.

La Partie affectée dans l'exécution de ses obligations par la survenance d'un cas de la force majeure doit immédiatement avertir l'autre Partie de la survenance de cet événement. Les Parties s'efforcent alors de prendre les mesures propres à pallier les conséquences de cet événement. Toutefois, en cas de persistance de cet événement au-delà d'un mois, la Convention peut être rompue par la Partie la plus diligente, par l'envoi à l'autre Partie d'une lettre recommandée avec avis de réception, sans qu'aucune indemnité ne soit due par elle à l'autre Partie à ce titre.

### 8.3. Annulation

SNCF Gares & Connexions se réserve le droit d'annuler à tout moment l'Exposition objet des présentes. Dans cette hypothèse SNCF Gares & Connexions sera tenue d'en aviser le Partenaire 1 (une) semaine au moins à l'avance par lettre recommandée avec avis de réception et s'engage à rembourser, dans le délai d'un (1) mois suivant la date de notification par SNCF Gares & Connexions, le Partenaire de l'ensemble des dépenses d'ores et déjà engagées, à la date de l'annulation de l'Exposition.

### **Article 9 – Confidentialité**

Les Parties conviennent du caractère confidentiel des informations et données échangées dans le cadre de la Convention ainsi que son contenu et s'engagent à les tenir confidentielles pendant la durée de la convention et pendant un délai de 2 (deux) ans à compter de son expiration.

Cette divulgation ne pourra intervenir que d'un commun accord écrit entre les Parties et suivant les conditions qui seront également définies d'un commun accord écrit entre elles, à moins que ladite divulgation ne soit requise par la loi ou les règlements ou pour les besoins d'une procédure judiciaire.

### **Article 10 – Nullités-Tolérance**

L'annulation d'une quelconque clause de la présente Convention ne saurait entraîner la nullité de la totalité de celle-ci. Les Parties s'engagent à remplacer les dispositions déclarées nulles par toute autorité judiciaire ou administrative, par d'autres dispositions dont les effets économiques sont comparables.

Aucun fait de tolérance par l'une ou l'autre des Parties, même répété de l'infraction par l'autre partie de l'une quelconque des stipulations de la présente Convention ne saurait constituer une renonciation par ladite partie lésée à l'une quelconque des stipulations présentes.

### **Article 11 – Droit applicable et Attribution de compétence juridictionnelle**

L'interprétation, la validité et l'exécution de la présente Convention seront régies par le droit français.

Les Parties conviennent, préalablement à une saisine des tribunaux, de se rencontrer afin de trouver une solution amiable.

Dans l'hypothèse où la conciliation échouerait, il est expressément convenu que tout litige devra être porté devant les tribunaux compétents de Paris.

Fait à Bordeaux en deux exemplaires  
Le

Pour la SNCF Gares & Connexions

Pour le Partenaire

Monsieur Sylvain Bailly  
**Directeur des affaires culturelles de  
SNCF Gares & Connexions**

Monsieur Fabien Robert  
**1<sup>er</sup> adjoint au Maire de Bordeaux en  
charge de la Culture  
Vice-Président de Bordeaux Métropole**



DESIGN  
EXPOGRAPHIQUE

GARE DE BORDEAUX ST JEAN

SIMULATION

## GOYA AUX JACOBINS

05/10/19

**53 VISUELS** DIFFÉRENTS NÉCESSAIRES  
OU **40 VISUELS** + TEXTES/CITATIONS

## ESPACE D'ATTENTE 1

2 PANNEAUX 48 X 80 CM



1

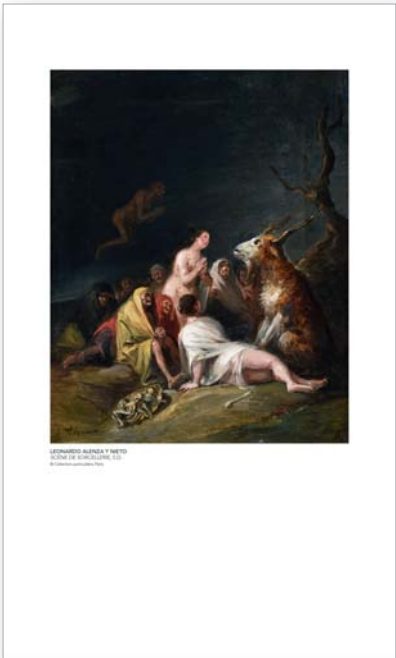
2



12  
VISUELS



3



4



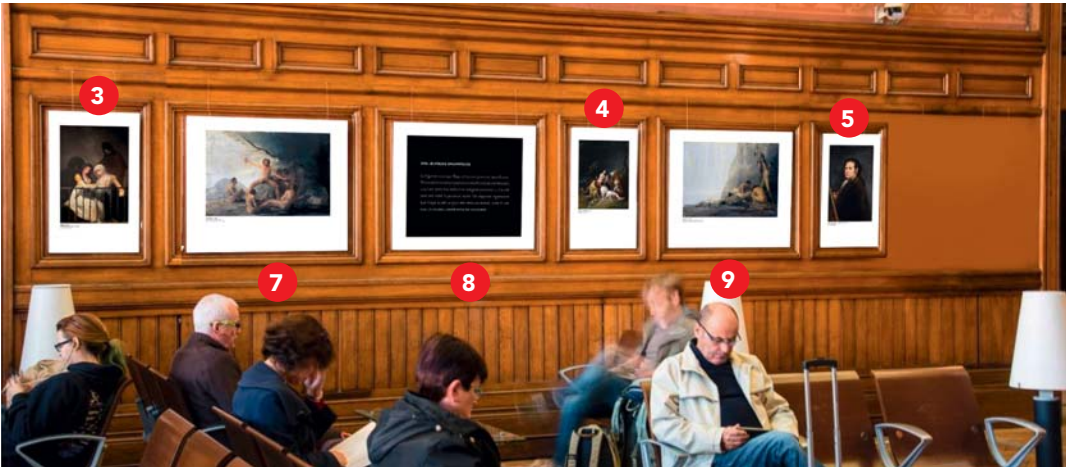
5



6

ESPACE D'ATTENTE 1

4 PANNEAUX 48 X 80 CM



7



8

UNE JEUNESSE BAGARREUSE

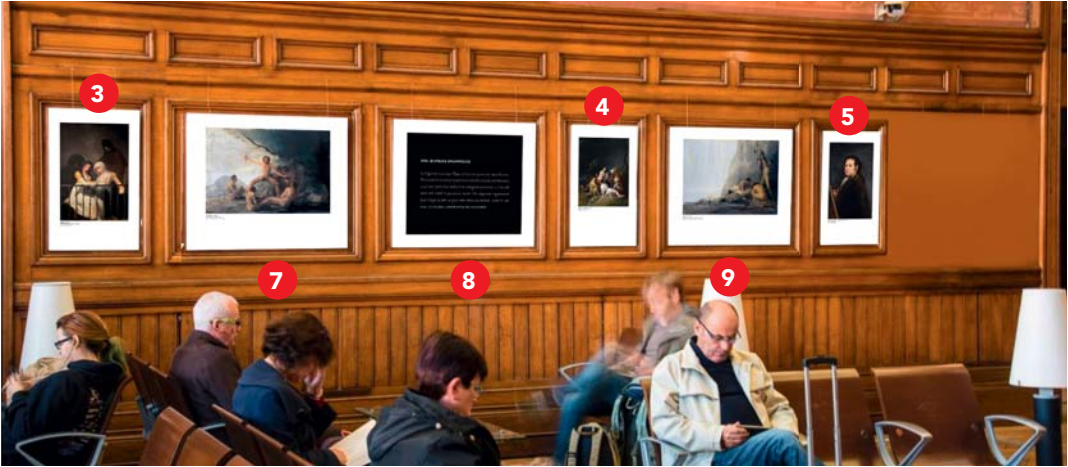
La légende veut que Goya ait eu une jeunesse querelleuse. Déclarant à son ami, le poète Leandro Fernandez de Moratin, « qu'une épée à la main, il ne craignait personne », il aurait ainsi été mêlé à plusieurs duels. On rapporte également que Goya aurait un jour été retrouvé blessé, suite à une rixe, un couteau planté entre les omoplates.

9



ESPACE D'ATTENTE 1

3 PANNEAUX 80 X 96 CM







10



6

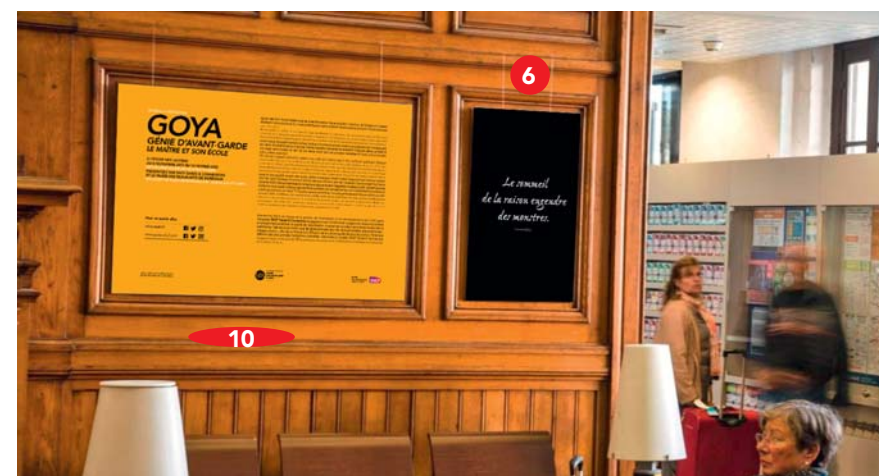
ESPACE D'ATTENTE 1

1 PANNEAU 80 X 117 CM

1 PANNEAU 48 X 80 CM

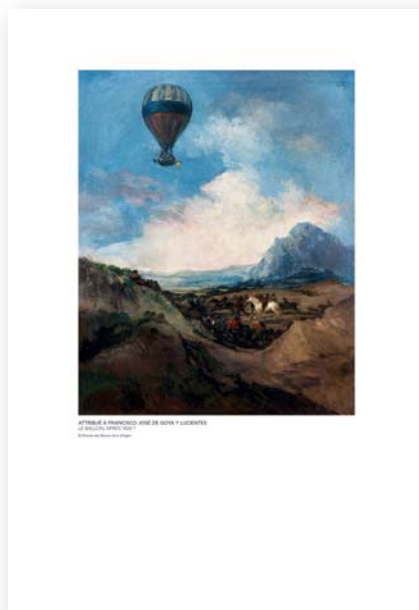


11



ESPACE D'ATTENTE 1

- 12 1 PANNEAU 55 X 80 CM
- 13 1 PANNEAU 65 X 80 CM
- 14 1 PANNEAU 80 X 80 CM



12



13



14



13



12

14

## ESPACE DÉTENTE 2 MUR

3 PANNEAUX 120 X 80 CM

## 2 VISUELS



## UN PEINTRE INFLUENCÉ PAR SA MALADIE

Terrassé par sa surcité, Goya ne peindra plus jamais de la même manière. Changeant de caractère, son œuvre se fait plus sombre, plus triste : c'est, au sens propre, le jour et la nuit. Hanté par la mort, le peintre délaissera le style flamboyant de ses portraits pour se tourner vers des tons plus sombres, celui du Sabbat des sorcières notamment. Son trait se fait également plus aride, comme en témoigne la série d'eaux-fortes Les Caprices qui satirise vertement les mœurs et la société de son temps.



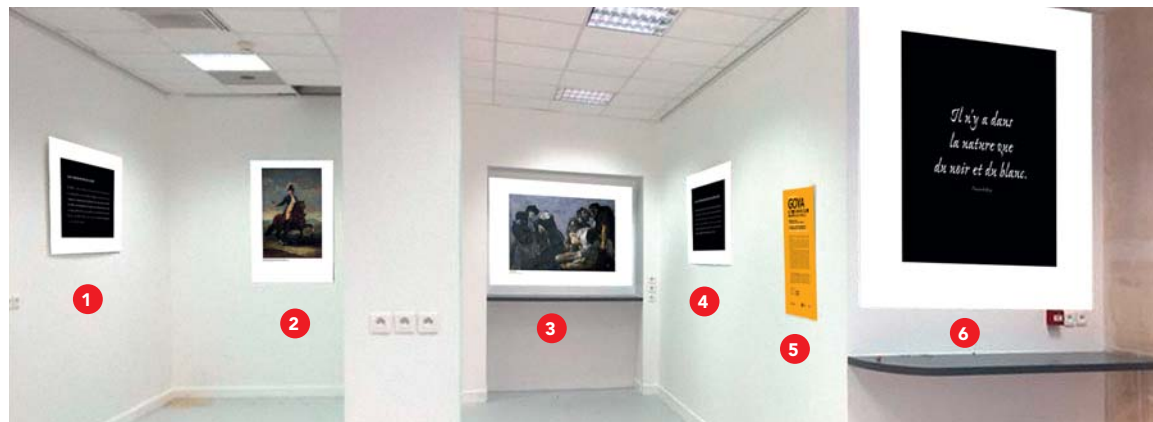
## ESPACE DÉTENTE 2 SALLE

1 2 4 80 X 120 CM

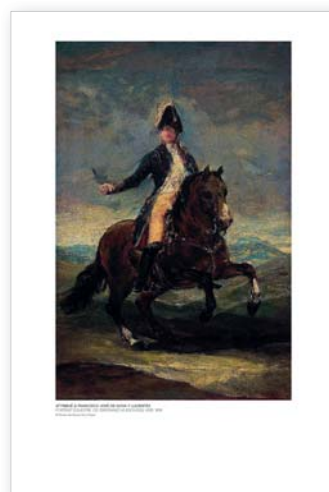
3 120 X 180 CM

5 48 x 80 CM

6 172 x 172 CM



1



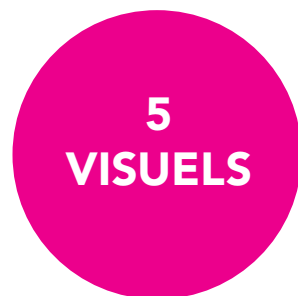
2



3



4



5



6



ESPACE ATTENTE 3

1 L170 X H100 CM

2 L60 X H100 CM

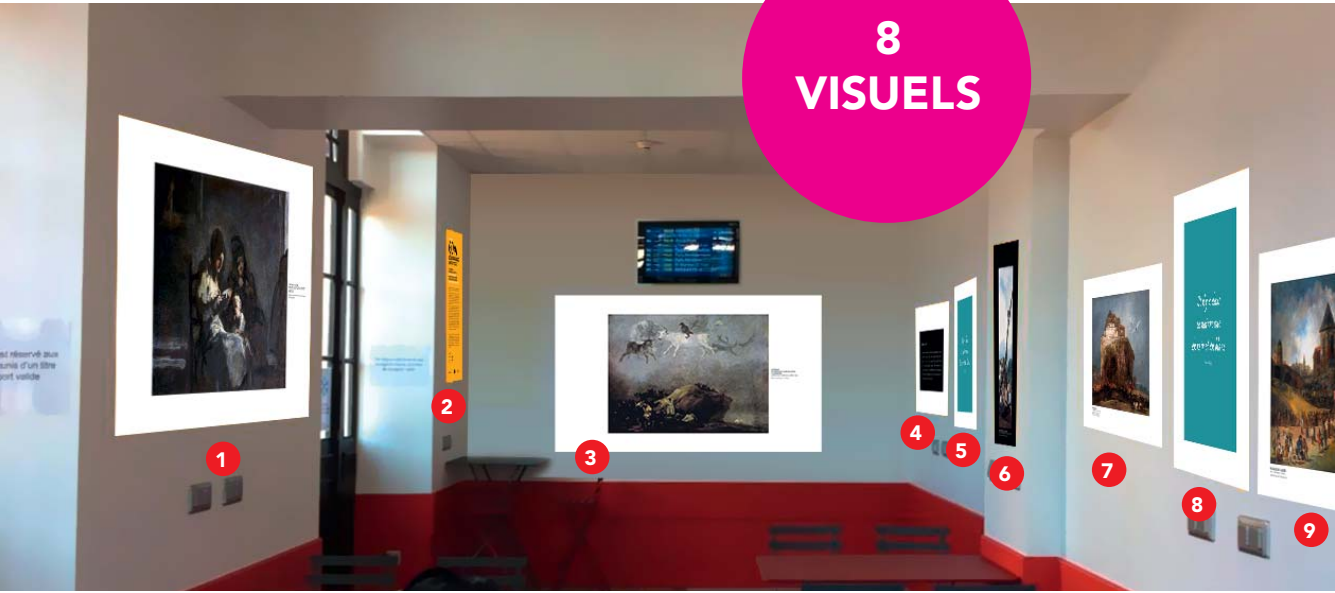
3 L200 X H100 CM

4 7 9 L120 X H100 CM

5 8 L80 X H100 CM

6 L50 X H100 CM

8  
VISUELS



1

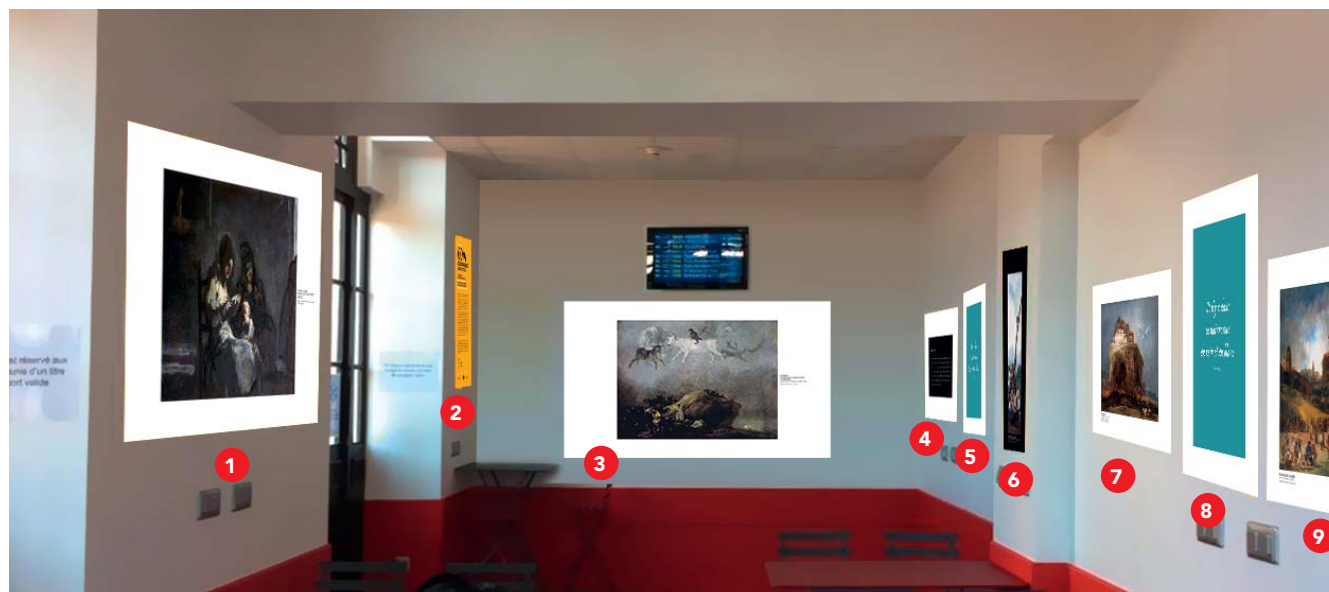


2



3

- 1 L170 X H100 CM
- 2 L60 X H100 CM
- 3 L200 X H100 CM
- 4 7 9 L120 X H100 CM
- 5 8 L80 X H100 CM
- 6 L50 X H100 CM



4



5

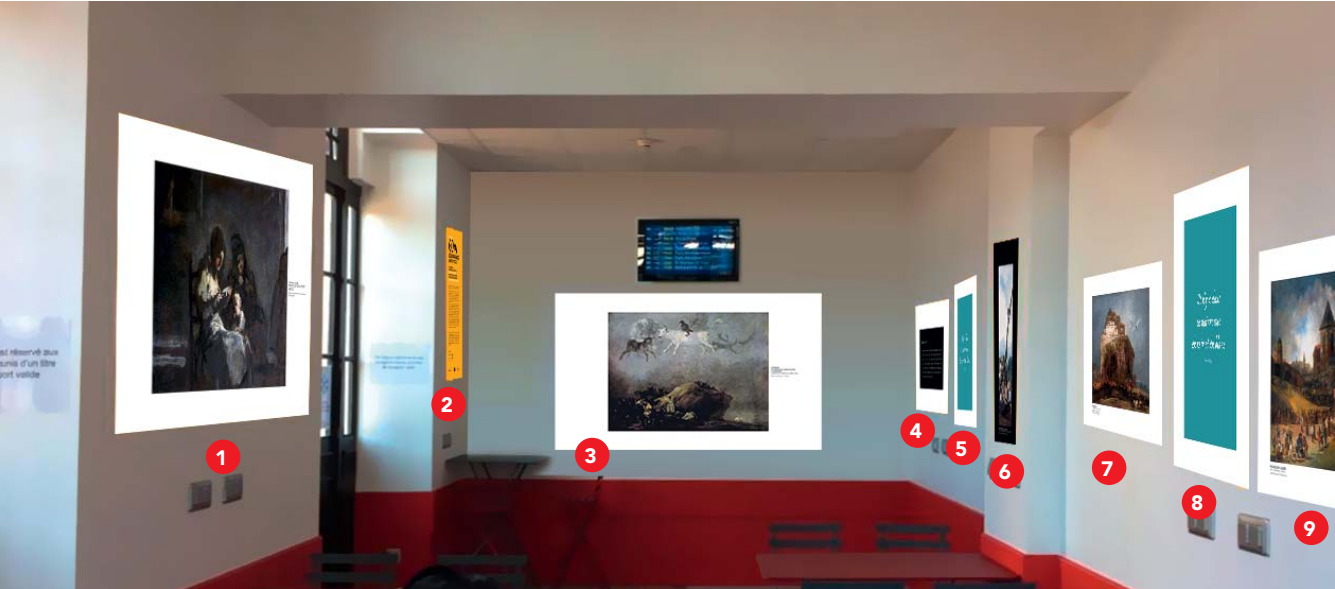


6



7

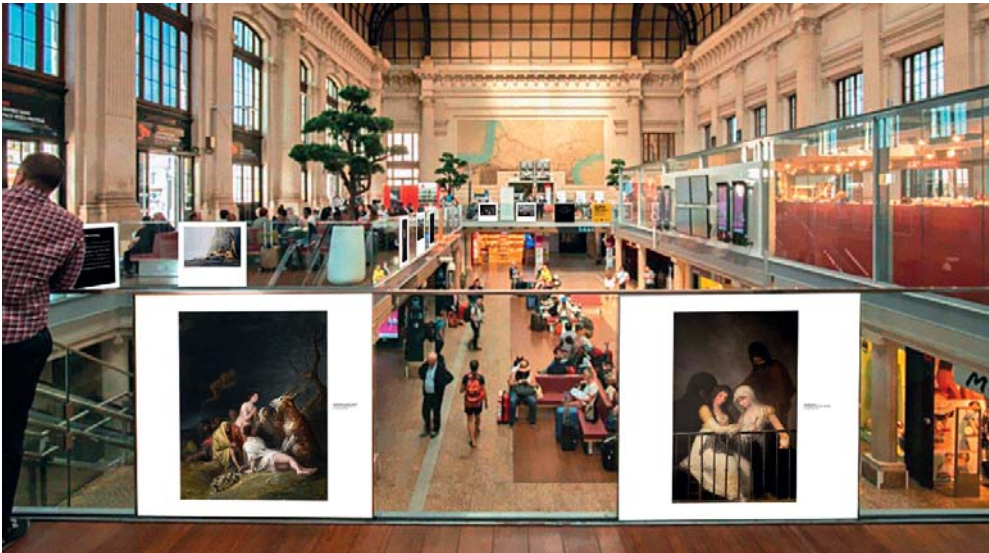
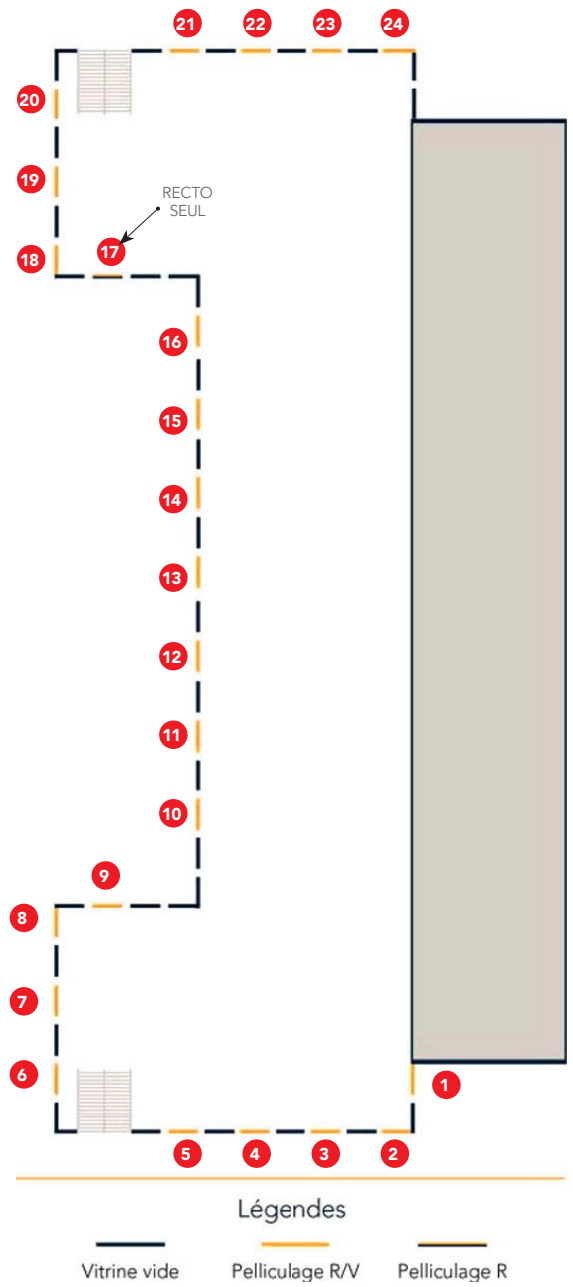
- 1 L170 X H100 CM
- 2 L60 X H100 CM
- 3 L200 X H100 CM
- 4 7 9 L120 X H100 CM
- 5 8 L80 X H100 CM
- 6 L50 X H100 CM



8



9



HALL 1 - REMBARDES

24 PANNEAUX H108 X L116 CM (DONT 1 RECTO SEUL)  
RECTO VERSO À L'IDENTIQUE

21  
VISUELS



## HALL 1 - REMBARDES

24 PANNEAUX H108 X L116 CM (DONT 1 RECTO SEUL)  
RECTO VERSO À L'IDENTIQUE

1



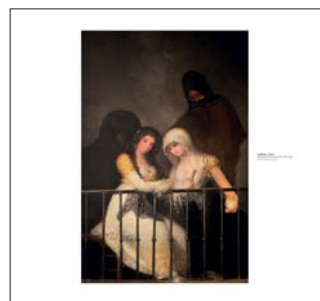
2



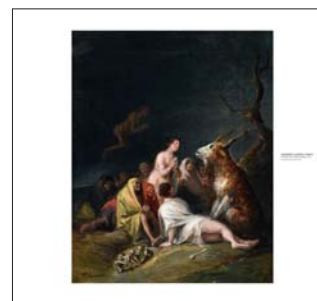
3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



## HALL 1 - REMBARDES

24 PANNEAUX H108 X L116 CM  
RECTO VERSO À L'IDENTIQUE



13



14



15



16

RECTO  
SEUL

17



18



19



20



21



22



23



24



TERRASSE MAC DO

5 PANNEAUX H115 X L175 CM

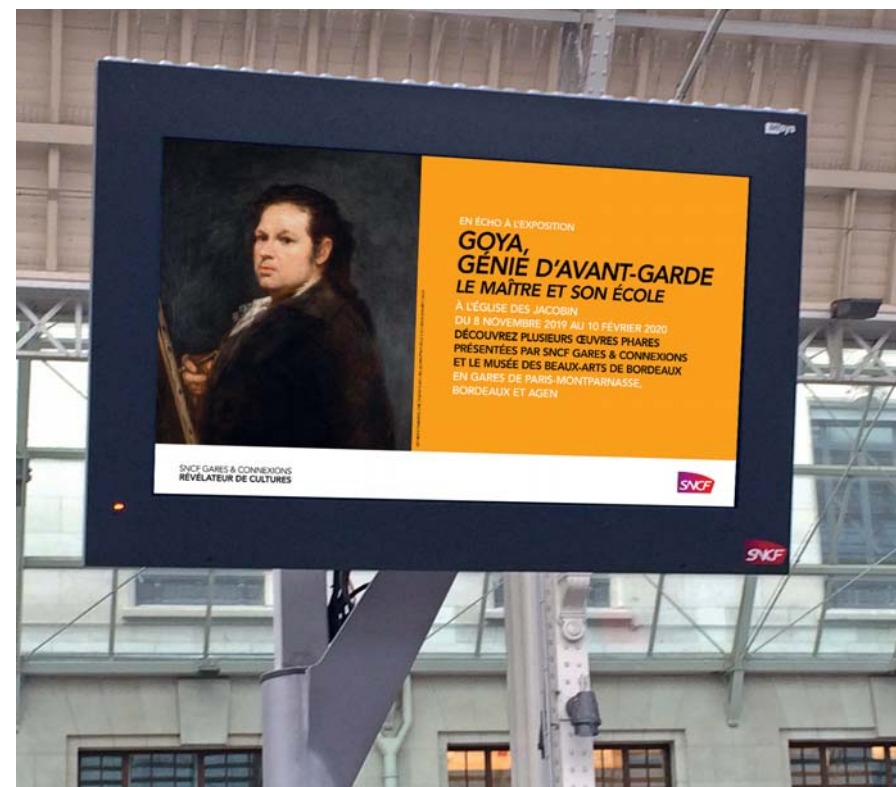
4  
VISUELS







ÉCRAN DE QUAI



**CONVENTION DE MECENAT FINANCIER**  
**Dans le cadre de l'exposition**  
**« Playground - Le design des Sneakers »**

Entre la Ville de Bordeaux pour le musée des Arts décoratifs et du Design  
Et  
L'Etablissement Public d'Aménagement Bordeaux-Euratlantique

**Année 2020**

**ENTRE**

**La Ville de Bordeaux - Musée des Arts décoratifs et du Design**, représenté par Monsieur Nicolas Florian, Maire de la Ville de Bordeaux, agissant aux fins des présentes par délibération ..... du Conseil municipal en date du 2 mars 2020, reçue en préfecture le.....

Ci-après désigné « la Ville »,

**D'une part,**

**ET :**

**L'établissement dénommé ETABLISSEMENT PUBLIC D'AMENAGEMENT DE BORDEAUX-EURATLANTIQUE**, établissement public à caractère industriel et commercial créé suivant décret n°2010-306 en date du 22 mars 2010, modifié par le décret n°2015-977 en date du 31 juillet 2015, placé sous la tutelle du ministre chargé de l'urbanisme, dont le siège est à BORDEAUX (33000 - Gironde), 140, rue des Terres de Borde, identifié au SIREN sous le numéro 521 747 444 et immatriculé au Registre du Commerce et des Sociétés de BORDEAUX,

Représenté par Monsieur Stéphane de Faÿ, ci-après qualifié, domicilié au siège de l'établissement susnommé,

Agissant aux présentes au nom, pour le compte et en sa qualité de Directeur Général de l'ETABLISSEMENT PUBLIC D'AMENAGEMENT DE BORDEAUX-EURATLANTIQUE, fonction à laquelle il a été renouvelé aux termes d'un arrêté du Ministre chargé du Logement, de l'Egalité des Territoires et de la Ruralité en date du 22 octobre 2019,

Ci-après dénommé « le Mécène ».

Ci-après dénommées communément « Les parties ».

**PREAMBULE**

Le mécénat permet de dégager des ressources nouvelles au bénéfice des projets d'intérêt général portés par la Ville. Les entreprises et les particuliers sont ainsi invités à participer aux projets de la Ville à travers l'acte de don.

## **Description de l'action qui bénéficie du mécénat :**

Le musée des Arts décoratifs et du Design, présente du 9 avril au 27 septembre 2020, l'exposition *Playground - Le design des sneakers* (cf. présentation en annexe 4).

A cette occasion, le madd-bordeaux souhaite installer une aire de basket éphémère, type half-court, au sein de la cour d'honneur du musée des Arts décoratifs et du Design.

Considérant la stratégie culturelle de l'Etablissement Public d'Aménagement définie dans son projet stratégique opérationnel visant à participer à la vie des habitants et à l'animation des quartiers à travers de nouveaux usages (comme la pratique sportive sur les espaces publics comme vecteur de lien social) dans son périmètre d'intervention, l'Etablissement souhaite s'associer à cette exposition *Playground - Le design des sneakers* qui s'adresse à tous en offrant un accès privilégié aux clubs sportifs et centres d'animation du territoire de l'Opération d'Intérêt National.

Dans le cadre de sa politique de mécénat, le Mécène souhaite soutenir le projet de la Ville décrit ci-dessus.

## **Ceci étant exposé, il est convenu entre les parties ce qui suit :**

### **ARTICLE 1 – CHARTE ETHIQUE EN MATIERE DE MECENAT**

Le Mécène s'engage à signer la présente convention dans le respect de la Charte éthique qui lui est annexée. La signature de la présente convention vaut signature de ses annexes, et donc de la Charte Ethique par les deux parties.

### **ARTICLE 2 – ELIGIBILITE AU MECENAT**

La Ville déclare être habilitée à fournir des reçus de dons aux œuvres, conformément au texte de la loi n° 2003-709 du 1<sup>er</sup> août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations.

### **ARTICLE 3 – OBJET DE LA CONVENTION**

La présente convention a pour objet de définir les modalités du mécénat établies entre le Mécène et la Ville pour l'action définie ci-dessus et en préambule.

La présente convention s'inscrit dans le cadre de la Loi Aillagon d'août 2003 sur le mécénat, encadrée par l'article 238 bis du Code Général des Impôts. Elle vise à préciser et à délimiter les engagements de chacune des parties.

### **ARTICLE 4 – ENGAGEMENTS DU MECENE**

#### **Description du don :**

Le Mécène s'engage à apporter son soutien à l'exposition *Playground - Le design des sneakers* par un don financier à hauteur de dix mille euros (10 000 €) nets de taxes.

La somme devra être versée sur le compte de la ville par virement (RIB communiqué en annexe de la présente convention) ou par chèque à l'ordre du Trésor Public (avec indication au dos de la mention du nom du projet) de 10 000 € (dix mille euros) avant le 16 mars 2020.

## **ARTICLE 5 – ENGAGEMENTS DE LA VILLE**

### **5.1. Affectation du don :**

La Ville s'engage à utiliser le don effectué dans le cadre de la présente convention et à la seule fin définie par la présente convention.

A la réception du don, la ville établira et enverra un reçu fiscal au Mécène (Cerfa 11580\*3 de « reçu pour don aux œuvres »).

### **5.2. Mention du nom du Mécène :**

Pour assurer à l'action le rayonnement qu'il convient, la Ville développe une communication à laquelle, dans une certaine mesure, le Mécène est associé.

La Ville s'engage à mentionner en toutes lettres l'entreprise mécène sur :

- Remerciements à l'entrée de l'exposition
- Programme culturel papier
- Livret de médiation
- Carton d'invitation pour le vernissage de l'exposition (numérique et papier)
- Site internet du madd-bordeaux
- Catalogue de l'exposition
- Dossier de presse

Le Mécène fera expressément connaître à la Ville sa volonté de rester anonyme dans le cadre de son don, ou celle d'autoriser la Ville à communiquer l'identité du Mécène, la nature et/ou le montant de son don.

La Ville autorisera expressément le Mécène à évoquer son mécénat dans sa propre communication institutionnelle et communication interne, sous réserve de l'acquisition des droits de propriété intellectuelle afférents au projet.

Dans l'hypothèse où le comportement du Mécène serait en contradiction avec la Charte éthique et porterait atteinte à l'image de la Ville, la Ville se réserverait le droit de stopper toutes actions de communication mentionnant le Mécène.

### **5.3. Contreparties :**

Comme indiqué précédemment, le Mécène soutient le projet de la Ville défini ci-dessus dans le cadre de sa politique de mécénat.

Conformément à la réglementation applicable, sans que cela puisse remettre en cause l'intention libérale du Mécène, la Ville fera bénéficier au Mécène des contreparties suivantes, dont la valeur est nettement disproportionnée à celle du don effectué au profit de la collectivité :

- ➔ Détails des contreparties allouées : 500 entrées au tarif normal, pour le musée des Arts décoratifs et du Design.

## **ARTICLE 6 – REMERCIEMENTS**

La Ville s'engage à mentionner autant que possible le soutien de son Mécène dans les discours officiels et dans la presse dédiée à l'évènement.

## **ARTICLE 7 – ANNULATION**

Si pour une raison quelconque, indépendante de la volonté des parties, le projet qui fait l'objet de la présente convention venait à être annulé, l'une ou l'autre des parties ne serait redevable d'aucune indemnité ni pénalité.

En cas d'annulation du fait de la Ville, le don effectué par le Mécène sera, à son choix, soit restitué, soit reporté à la date du report éventuel de la manifestation, soit réaffecté à une manifestation d'intérêt général similaire convenue entre les parties.

## **ARTICLE 8 – ASSURANCES**

La Ville déclare qu'elle a souscrit un contrat d'assurance de responsabilité civile couvrant les conséquences pécuniaires de la responsabilité qu'elle peut encourir pour des dommages corporels, matériels, immatériels consécutifs ou non, causés aux tiers ou aux usagers dans le cadre de ses activités.

Ont la qualité d'assurés au titre de ce contrat, les élus, les agents, les préposés salariés ou non, les collaborateurs bénévoles, les stagiaires et plus généralement toute effectuant des missions pour le compte de la Ville.

Le Mécène devra être assuré au titre d'un contrat de responsabilité civile vis-à-vis des dommages causés aux tiers, au titre d'un contrat d'assurance responsabilité professionnelle et enfin être assuré, pour les travaux qu'il va réaliser, en responsabilité civile décennale au profit de la Ville. Il transmettra les attestations d'assurances correspondantes à la Ville.

## **ARTICLE 9 – DUREE ET VALIDITE DE LA CONVENTION**

La présente convention entre en vigueur à compter de la date de sa signature par les parties, et ce jusqu'à la fin de l'action définie ci-dessus (soit le 27 septembre 2020).

La Ville garantit qu'elle est libre de contracter la présente convention et qu'elle ne cédera pas tout ou partie des droits que lui confère cet accord.

Aucune disposition de cette convention ne pourra être interprétée comme créant un lien de subordination entre le Mécène et la Ville.

Au cas où une disposition de la présente convention serait considérée, jugée ou réputée à un moment quelconque par une autorité ou un Tribunal compétent comme étant prohibée et/ou nulle, il ne sera pas porté atteinte à la validité des autres dispositions de la convention qui seront considérées séparables, la convention étant alors censée avoir été écrite ou réécrite, selon le cas, sans la disposition prohibée ou nulle.

## **ARTICLE 10 – CONFIDENTIALITE**

Chacune des parties considérera comme confidentielle toute information ou élément, comprenant notamment mais non exclusivement, les échanges techniques, artistiques, transmis par l'autre.



En conséquence chaque partie s'engage à ne pas les utiliser à d'autres fins que celles prévues à la convention et à assurer de manière générale leur confidentialité en prenant toutes les mesures qu'elle jugera utiles.

Cet engagement restera applicable tant pendant la durée des présentes qu'au-delà et sans limitation de durée.

Ne seront toutefois pas entendues comme confidentielles les informations qui seront tombées dans le domaine public antérieurement ou postérieurement à la signature de la présente convention.

#### **ARTICLE 11 – REPORT – ANNULATION - RESILIATION**

En cas de non-respect par l'une ou l'autre des Parties d'une des obligations définies dans la Convention, et trente (30) jours après réception par la partie défaillante d'une lettre recommandée avec avis de réception de mise en demeure de s'exécuter restée sans effet, la partie lésée pourra résilier de plein droit ladite Convention par lettre recommandée avec avis de réception sans qu'il soit besoin pour cela d'accomplir aucune formalité judiciaire et ce, sans préjudice d'une éventuelle action en dommages et intérêts.

Toute résiliation de la présente Convention ne saurait affecter les droits et engagements de l'une ou l'autre des parties, consentis ou exercés avant la date de résiliation anticipée concernée.

Les Parties sont convenues qu'en cas de résiliation ou d'annulation de la manifestation, aucune d'entre elles ne pourra faire usage de manière directe ou indirecte de l'autre Partie du Mécène dans le cadre de la manifestation.

#### **ARTICLE 12 – FORCE MAJEURE**

Chacune des Parties verra ses obligations suspendues de plein droit, sans formalité, et sa responsabilité déchargée, notamment en cas de survenance d'événement présentant les caractères juridiques de la force majeure ou du cas fortuit, tels que définis par la jurisprudence en la matière, en ce compris toute injonction de justice rendant l'organisation de la manifestation impossible.

Chacune des Parties informera l'autre en temps opportun de la survenance de l'un de ces événements et s'efforcera d'en atténuer ou d'en supprimer les effets dans les meilleurs délais.

Chacune des Parties pourra mettre fin à la convention de mécénat par lettre recommandée avec accusé de réception avec un préavis de dix (10) jours au cas où l'exécution de l'accord serait suspendue ou retardée de plus de trente (30) jours pour raison de force majeure, et ce, sans aucune indemnité de part et d'autre.

#### **ARTICLE 13 – LITIGES**

La présente Convention est soumise en toutes ses dispositions à la loi française. Tous les différends relatifs à son interprétation ou à son exécution seront soumis aux tribunaux du ressort de Bordeaux après épuisement des voies de règlement amiable.

#### **ARTICLE 14 - PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL**

Chacune des Parties fait son affaire personnelle des formalités lui incombant au titre de la réglementation relative à la protection des données à caractère personnel dont le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil en date du 27 avril 2016, entré en vigueur le 25 mai 2018. Les parties conviennent de toujours viser un niveau élevé de protection et de sécurité des

données à caractère personnel. Chacune des Parties garantit l'autre Partie du respect des obligations légales et réglementaires lui incombant au titre de la protection des données à caractère personnel, notamment en matière de flux transfrontières hors de l'Union Européenne.

Dans le cadre de l'exécution de la convention, le Mécène peut être amenée à effectuer un traitement de données à caractère personnel. Les données collectées directement auprès de la Ville sont nécessaires à la gestion et au suivi de ladite convention. Le Mécène informe qu'il pourra également utiliser les données collectées à des fins de communication institutionnelle.

Ces données sont à destination exclusive des personnes habilitées du Mécène et le cas échéant aux organismes de contrôle auxquelles doit répondre le Mécène comme par exemple le comptable public ou la Cour des Comptes. Les informations seront conservées pendant cinq ans après la fin de la présente convention.

En application du RGPD, les collaborateurs concernés disposent des droits suivants sur leurs données : droit d'accès, droit de rectification, droit à l'effacement (droit à l'oubli), droit d'opposition pour des motifs tenant à leur situation particulière, droit à la limitation du traitement, et le cas échéant, droit à la portabilité de leurs données. Ils peuvent également définir des directives relatives à la conservation, à l'effacement et à la communication de leurs données après leur décès.

L'exercice de tout ou partie de ces droits s'effectue auprès du délégué à la protection des données, par courrier aux coordonnées suivantes : ETABLISSEMENT PUBLIC D'AMENAGEMENT BORDEAUX EURATLANTIQUE 140 rue terres de borde 33000 Bordeaux ou par courriel à l'adresse suivante [dpo@bordeaux-euratlantique.fr](mailto:dpo@bordeaux-euratlantique.fr). A cette occasion, un justificatif d'identité pourra être demandé. Sous réserve d'un manquement aux dispositions ci-dessus, les personnes concernées ont le droit d'introduire une réclamation auprès de la CNIL ([www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)).

*Fait à Bordeaux, le 4 février 2020  
En deux (2) exemplaires originaux.*

Pour le Mécène,

Pour la Ville,

Monsieur Stéphan de Faÿ  
**Directeur général de L'Etablissement public  
d'aménagement de Bordeaux-Euratlantique**

Monsieur Fabien Robert  
**1<sup>er</sup> adjoint au Maire de Bordeaux en charge  
de la Culture  
Vice-Président de Bordeaux Métropole**

**ANNEXES :**

**Annexe 1 :** CADRE FISCAL DU MECENAT - Art 238 bis du CGI

**Annexe 2 :** CHARTE EHTIQUE EN MATIERE DE MECENAT

**Annexe 3 :** RIB DE LA VILLE

**Annexe 4 :** PRÉSENTATION GÉNÉRIQUE DE L'EXPOSITION

BIC - Réductions d'impôts - Mécénat ou réduction d'impôt pour les dons en faveur des œuvres et organismes visés à l'article 238 bis du CGI - Conditions relatives aux versements effectués par les entreprises

Pour ouvrir droit à la réduction d'impôt, le versement doit procéder d'une intention libérale de l'entreprise et ne doit pas être la contrepartie d'une prestation que l'organisme a effectuée à son profit.

Par ailleurs, ce don, qui peut être effectué en numéraire ou en nature, ne peut pas venir en déduction pour la détermination du résultat imposable. A cet effet, son montant ou sa valeur doit être réintégré de manière extra-comptable.

### **1.1 Forme des dons et valorisation des biens donnés**

Les versements des entreprises peuvent être effectués en numéraire ou en nature.

Les dons en numéraire se caractérisent par le versement ponctuel ou répété d'une somme d'argent.

Les dons en nature sont des dons, autres que ceux effectués en numéraire, par lesquels l'entreprise mécène apporte à l'organisme qu'elle entend soutenir des biens, des moyens en personnel, des services, des compétences.

Remarque : en ce qui concerne la forme des dons effectués par les particuliers, il convient aussi de se reporter à la série IR relative aux réductions et crédits d'impôts (BOI-IR-RICI-250).

### **1.2 Dons en numéraire**

Lorsque l'entreprise effectue un don en numéraire, le montant pris en compte pour la détermination de la réduction d'impôt est égal au montant effectivement versé.

En principe, les dons en numéraire sont effectués directement par le donateur.

Toutefois, il est admis, à l'instar de ce qui est prévu pour les particuliers au titre de l'abandon de revenus ou de produits, que le versement de l'entreprise donatrice à l'organisme puisse être effectué, sur ordre de celle-ci, directement par son créancier.

Fiscalement, la situation est identique à celle dans laquelle le don aurait été directement versé par l'entreprise donatrice.

Ainsi, peuvent ouvrir droit au bénéfice de la réduction d'impôt les « abandons de recettes », qui constituent une modalité particulière de don en numéraire par laquelle l'entreprise donatrice demande à son client de verser, pour son compte, directement à l'association caritative qu'elle lui aura désignée, tout ou partie du produit de sa vente ou de sa prestation.

**Exemple:** Une entreprise vend des produits pour 100 € HT, auxquels s'ajoute une TVA collectée de 20 € (soit un montant total TTC de 120 €). Elle donne la moitié du produit HT de sa vente à un organisme répondant aux conditions prévues à l'article 238 bis du CGI et demande à son client de procéder, pour son compte, au versement de la somme correspondant à ce don (soit 50 €) audit organisme. L'entreprise doit constater un produit imposable de 100 € HT, un don de 50 € et collecter une TVA de 20 €.

Dans l'hypothèse où elle demande à son client de procéder, pour son compte, au versement d'une somme de 120 € à l'organisme, soit l'intégralité de sa recette, elle doit constater un produit imposable de 100 € HT, un don de 120 € et collecter une TVA de 20 €.

Dans les deux situations, aucune régularisation de TVA déductible n'est à effectuer.

### **1.3 Dons en nature**

Lorsque les dons sont effectués en nature (par exemple, don d'un bien mobilier ou immobilier ou réalisation d'une prestation sans contrepartie), il est nécessaire de procéder à leur valorisation pour les besoins du calcul de la réduction d'impôt et de la réintégration extra-comptable.

D'une manière générale, la valeur du don du bien ou de la prestation de l'entreprise doit correspondre au coût que représente, pour l'entreprise, la perte de ce bien ou de cette prestation. En aucun cas, la valorisation du don ne saurait prendre en compte la marge que l'entreprise aurait réalisée si elle avait vendu le bien ou le service.

Par ailleurs, la valorisation du don du bien ou de la prestation par l'entreprise doit prendre en compte les éventuelles régularisations de TVA déductible visées au BOI-TVA-DED-60-20 et BOI-TVA-DED-60-30.

En outre, cette valorisation relève de la responsabilité propre de celui qui effectue le don et non de l'organisme bénéficiaire qui n'a pas à justifier de la valeur des biens et services reçus (cf. **II § 80**).

La valeur des dons en nature de biens autres que ceux qui sont immobilisés est égale à la valeur en stock pour les biens qui figurent dans un compte de stock (CGI, Annx. III, art. 38 nonies).

Lorsque le versement prend la forme de produits alimentaires, le don peut être estimé à la valeur pour laquelle les produits sont ou devraient être inscrits en stock en application des dispositions du 3 de l'article 38 du CGI. La valeur d'inscription en stock s'entend de la valeur nette comptable, c'est-à-dire après prise en compte des provisions fiscalement déductibles.

Ainsi, lorsque la valeur nette comptable est nulle, du fait par exemple de la proximité de la date de péremption du produit, aucune réduction d'impôt ne peut être pratiquée.

Par ailleurs, les versements peuvent également correspondre à des prestations en nature. Ainsi, les entreprises peuvent prendre en charge le transport des produits alimentaires qui sont donnés. Dans ce cas, la base de calcul de la réduction d'impôt comprend le coût du transport supporté par l'entreprise donatrice (ce seul coût lorsque la valeur nette comptable est nulle).

S'agissant d'un bien inscrit dans un compte d'immobilisation, le don doit être valorisé à sa valeur de cession retenue pour la détermination de la plus-value ou moins-value liée à la sortie du bien de l'actif (BOI-BIC-PVMV-10-20-10 au II § 350 et suivants).

Lorsque le don en nature effectué par l'entreprise prend la forme d'une prestation non rémunérée, il doit être valorisé à son coût de revient.

Ainsi, une entreprise qui met gratuitement à disposition d'un organisme visé à l'article 238 bis du CGI, un de ses salariés quelques heures par semaine pour y exercer réellement et effectivement une activité consent un don en nature lui ouvrant droit au bénéfice de la réduction d'impôt prévue à l'article 238 bis du CGI. Ce don est évalué à son coût de revient, à savoir les rémunérations et charges sociales y afférentes.

## **Précisions concernant la mise à disposition de salariés sapeurs-pompiers volontaires au bénéfice des services départementaux d'incendie et de secours (SDIS) :**

La circulaire du 14 novembre 2005 relative au développement du volontariat chez les sapeurs-pompiers adressée aux préfets de région, de département et de police précise que la mise à disposition par une entreprise de salariés sapeurs-pompiers volontaires pendant les heures de travail à titre gratuit au profit des SDIS, organismes d'intérêt général au regard de l'article 238 bis du code général des impôts, constitue un don en nature ouvrant droit à réduction d'impôt égale à 60 % de son montant dans la limite de 5 % du chiffre d'affaires.

Remarques :

1 - Le régime du mécénat ne s'applique qu'aux mises à disposition, par les entreprises, de sapeurs-pompiers ayant le statut de salariés. En conséquence, ne sont pas concernés par le dispositif les exploitants individuels qui seraient amenés à participer à des interventions à l'appel des services de secours.

Les salariés mis à disposition par l'entreprise doivent exercer réellement et effectivement une activité de sapeurs-pompiers au sein des SDIS.

La mise à disposition de salariés doit être réalisée pendant les heures de travail et pour des interventions opérationnelles. En revanche les mises à disposition pour des activités de formation relèvent des dispositions de l'article 8 de la loi n° 96-370 du 3 mai 1996 relative au développement du volontariat chez les sapeurs-pompiers et sont admises au titre de la participation des employeurs au financement de la formation professionnelle continue. Elles ne constituent donc pas un don de l'entreprise.

2 - Le don doit être valorisé à son prix de revient, c'est-à-dire rémunération et charges sociales y afférentes, desquelles sont déduits les éventuels dédommagements versés par le SDIS à l'entreprise (subrogation de l'indemnité du sapeur-pompier). Cette valorisation doit être réintégrée extra-comptablement par l'entreprise sur l'imprimé n° **2058-A** (CERFA n° 10 951) de la liasse fiscale.

3 - Pour que les employeurs puissent justifier qu'ils ont effectué un don en nature au bénéfice du SDIS, ce dernier peut leur remettre une attestation de don, conformément aux précisions figurant dans le II, précisant les dates et heures des interventions du salarié.

Afin de limiter le nombre d'attestations à délivrer, le SDIS a la possibilité d'établir une attestation globale de la totalité des interventions effectuées au titre d'une année, sous réserve que les dates et heures des interventions soient rigoureusement précisées. Le SDIS doit tenir compte des dates de clôture de l'exercice fiscal des entreprises donatrices pour que celles-ci disposent d'une attestation globale correspondant à leur exercice social et non à l'année civile.

Toutefois, les SDIS qui le souhaitent peuvent toujours établir une attestation de dons qui peut être conforme au modèle prévu au 5 de l'article 200 du CGI dans les conditions prévues au 4) du rescrit n°2006/38 du 2 juin 2006 (cf.précédente version du document).

## **2 Justification du don à un organisme éligible**

Conformément aux dispositions de l'article 238 bis du CGI, et contrairement aux règles applicables aux dons des particuliers prévues à l'article 200 du CGI, le bénéfice de la réduction d'impôt à raison des dons effectués à des organismes éligibles n'est pas subordonné à la production, par les entreprises donatrices, de reçus des organismes bénéficiaires des versements répondant à un modèle fixé par arrêté et attestant notamment du montant, de la date des versements ainsi que l'identité des

bénéficiaires (**RECU-DONS**, Cerfa n° 11580 disponible en ligne sur le site [www.impots.gouv.fr](http://www.impots.gouv.fr) à la rubrique "Recherche de formulaires").

Toutefois, il appartient à l'entreprise donatrice d'apporter la preuve qu'elle a effectué un versement qui satisfait aux conditions prévues à l'article 238 bis du CGI : réalité des dons, montant du versement, identité du bénéficiaire des dons, nature et date du versement.

Dès lors, dans le cadre de leur relation avec les entreprises, les organismes bénéficiaires des dons visés à l'article 238 bis du CGI peuvent bien entendu délivrer les reçus prévus au 5 de l'article 200 du CGI permettant à l'entreprise d'attester du don effectué.

Lorsque l'entreprise effectue un don en nature, l'attestation de don délivrée par l'organisme comporte, outre son identité, celle de l'entreprise donatrice et la (les) date(s) du don, la seule description physique des biens et services reçus qu'il a acceptés sans mention de leur valeur.

Lorsque l'organisme bénéficiaire n'accepte pas tout ou partie des dons en nature proposés par une entreprise (par exemple, s'agissant de dons de produits alimentaires, parce qu'il n'est pas en mesure d'assurer la prise en charge et la distribution effective des produits au public bénéficiaire de son action), il ne peut délivrer une attestation qu'à raison des seuls dons acceptés. Corrélativement, l'entreprise ne peut pas prétendre au bénéfice de la réduction d'impôt à raison des dons en nature refusés par l'organisme.



## **Préambule**

Dans le cadre de sa politique de mécénat, et considérant que la recherche de soutien auprès d'entreprises, de fondations et de particuliers constitue une ressource destinée à participer au financement des missions d'intérêt général assumées par la collectivité, la ville de Bordeaux souhaite définir les grands principes déontologiques devant gouverner les relations avec ses mécènes et donateurs.

Dans un contexte budgétaire de plus en plus contraint, le mécénat constitue une opportunité de ressources complémentaires à l'effort financier déployé par la ville de Bordeaux et ses partenaires publics et institutionnels.

### **1. Rappel du cadre légal du mécénat :**

Une première loi sur le développement du mécénat est promulguée le 23 juillet 1987 et constitue encore aujourd'hui le cadre général du mécénat. Elle est complétée par la loi du 4 juillet 1990 portant sur la création des fondations d'entreprises.

L'instruction fiscale du 26 avril 2000 précise la distinction entre mécénat et parrainage.

Enfin, la loi n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, dite loi Aillagon, améliore le régime fiscal du mécénat. Elle fait du régime fiscal français, le régime le plus avantageux en Europe.

### **2. Définition :**

Le mécénat est un « soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général », à la différence du sponsoring qui constitue un échange marchand assorti à des contreparties publicitaires et/ou commerciales directes, comme défini par l'article 39-1 7 du Code général des impôts (CGI).

La présente Charte ne concerne que le mécénat et ne définit en rien les relations de la ville de Bordeaux avec d'éventuels sponsors ou parrains.

Le mécénat implique une « *disproportion marquée* » entre la valeur du don et les contreparties accordées au mécène.

Le mécénat peut prendre trois formes :

- mécénat financier : don en numéraire,
- mécénat en nature : don de biens, produits, marchandises, prestations. Il recouvre notamment la remise d'un objet d'art ou de tout autre objet de collection présentant un intérêt artistique ou historique,
- Mécénat en compétence : mise à disposition des moyens humains et/ou matériels de l'entreprise sur son temps d'activité.

Le mécène s'engage à valoriser les dons en nature ou en compétence conformément à la réglementation fiscale en vigueur (art. 238 bis du CGI).

### **3.      Avantage fiscal :**

Les dons effectués au profit des projets de la ville de Bordeaux ouvrent droit à un crédit d'impôts prévu par le CGI :

#### **i.       Pour les entreprises (art. 238 bis du CGI) :**

Une réduction d'impôts à hauteur de 60% du montant du don effectué, et ce, dans la limite de 0.5% du chiffre d'affaires HT, avec la possibilité, en cas de dépassement de ce plafond, de reporter l'excédent au titre des cinq exercices suivants.

Il existe un régime spécial portant sur les Trésors nationaux et œuvres d'intérêt patrimonial majeur (OIPM). L'aide à l'acquisition ouvre droit à une réduction d'impôts égal à 90% des versements effectués en faveur de l'achat de trésors nationaux ou d'œuvres d'intérêt majeur pour les musées de France, et ce, dans la limite de 50% de l'Impôt sur la société (IS) dû, uniquement sur avis de la commission consultative des trésors nationaux (art. 238 bis -0 A du CGI).

Pour les entreprises et fondations ne disposant pas d'un établissement en France, les éventuels avantages fiscaux relèvent du droit du pays d'origine, sous réserve d'accords fiscaux bilatéraux.

#### **ii.      Pour les particuliers (art. 200 et 200 bis du CGI) :**

Une réduction d'impôts à hauteur de 66% du montant du don effectué, et ce, dans la limite de 20% du revenu imposable, avec la possibilité en cas de dépassement de ce plafond, de reporter l'excédent au titre des cinq exercices suivants

Une réduction d'impôts à hauteur de 75% du montant du don effectué pour les particuliers assujettis à l'Impôt sur la fortune (ISF) (loi n°2007-1223 du 21 août 2007 en faveur du travail, de l'emploi et du pouvoir d'achat, art. 16 qui modifie l'art. 885-0 V bis du CGI).

La réduction s'opère dans la limite annuelle de 50 000 € par an, en faveur des fondations reconnues d'utilité publique et des établissements de recherche ou d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique publics ou privés, d'intérêt général, à but non lucratif.

La ville de Bordeaux pourra être amenée à contractualiser avec des partenaires comme la Fondation du patrimoine ou la Fondation de France pour collecter des dons sur la base de ce régime fiscal particulier.

#### **iii.     Reçu fiscal :**

A la réception du don, la ville de Bordeaux établit et envoie un reçu fiscal au mécène, suivant le modèle Cerfa 11580\*03 « reçu pour don aux œuvres » de l'administration fiscale.

#### 4. Acceptation des dons par la ville de Bordeaux :

L'acceptation d'un don effectué au profit de la ville de Bordeaux relève du Conseil Municipal (article L. 2122-21 du CGCT) :

*« Sous le contrôle du conseil municipal et sous le contrôle administratif du représentant de l'Etat dans le département, le Maire est chargé, d'une manière générale, d'exécuter les décisions du Conseil Municipal et, en particulier : de passer dans les mêmes formes les actes de vente, échange, partage, acceptation de dons ou legs, acquisition, transaction, lorsque ces actes ont été autorisés conformément aux dispositions du présent code ».*

Le Conseil Municipal est donc compétent pour approuver un don (article L. 2242-1 du CGCT : *« le Conseil Municipal statue sur l'acceptation des dons et legs faits à la commune »*), à charge pour le Maire de formaliser l'accord intervenu.

Néanmoins, l'acceptation des dons par le Maire est possible dans certaines conditions fixées par l'article L. 2122-22 du CGCT qui permet au Conseil Municipal d'effectuer une délégation de pouvoir au Maire, et ce pour la seule acceptation des dons et legs **qui ne sont pas grevés d'une charge ou d'une condition** : *« Le Maire peut, en outre, par délégation du Conseil Municipal, être chargé, en tout ou partie, et pour la durée de son mandat d'accepter les dons et legs qui ne sont grevés ni de conditions ni de charges ».*

#### 5. Restrictions quant à l'acceptation des dons :

La ville de Bordeaux s'engage à ce que sa politique de mécénat ne se trouve pas en contradiction avec les lois en vigueur en France, et en particulier avec la législation sur la publicité du tabac et des alcools. Les producteurs ou distributeurs de boissons alcoolisées peuvent organiser des actions de mécénat. Dans ce cas, le nom de l'entreprise ou son logo institutionnel peut figurer sur les différents supports de communication en dehors de la mention des produits distribués par cette entreprise. Le mécène est seul responsable de l'identité visuelle qu'il transmet à la ville de Bordeaux.

La ville de Bordeaux s'interdit de recevoir des fonds de toute nature de la part d'organisations politiques ou syndicales françaises ou étrangères, mais aussi de la part d'organisations à caractère religieux. La Ville de Bordeaux s'interdit par ailleurs de recevoir des fonds ou donations provenant de comptes abrités par des paradis fiscaux ou réglementaires non-coopératifs ou des dons de mécènes ayant fait l'objet de condamnations pénales et/ ou de blâmes par des autorités de contrôle prudentiel dans les 5 dernières années pour les délits suivants : délits environnementaux, financiers, atteintes aux droits de l'Homme.

La ville de Bordeaux attache une attention particulière à déconnecter toute action de mécénat de sa commande publique, et au-delà, des procédures de concessions ou de délégations.

Ainsi, La ville de Bordeaux s'interdit d'accepter le mécénat d'entreprises dont l'activité serait susceptible de laisser planer un doute quant à l'impartialité du choix des fournisseurs.

La ville de Bordeaux se réserve la possibilité de ne pas accepter le mécénat d'une entreprise, de nature à fausser une procédure d'appel d'offres en cours ou à venir.

Une entreprise ne peut être à la fois parrain et mécène d'un même projet.

En tout état de cause, la ville de Bordeaux se réserve le droit de ne pas accepter le don d'une entreprise.

La ville de Bordeaux pourra solliciter l'entreprise désireuse de devenir mécène afin qu'elle fournisse la preuve de son engagement éthique et sociétal au regard du projet soutenu.

## **6. Affectation du don :**

La ville de Bordeaux s'engage à assurer une affectation des dons conforme aux intentions formulées par écrit, selon les termes de la convention de mécénat entre la ville de Bordeaux et le mécène.

En cas d'annulation de l'action soutenue par le mécène et si pour une raison quelconque, indépendante de la volonté des parties, le projet venait à être annulé, l'une ou l'autre des parties ne serait redevable d'aucune indemnité ni pénalité.

En cas d'annulation du fait de la ville de Bordeaux, le don effectué par le mécène sera, à son choix, soit restitué, soit reporté à la date du report éventuel du projet, soit réaffecté à un projet d'intérêt général convenu entre les parties.

## **7. Règles applicables en matière de contreparties :**

Conformément à la réglementation applicable, et sans que cela puisse remettre en cause l'intention libérale du mécène, la ville de Bordeaux fera bénéficier au mécène de contreparties indirectes en communication et/ou relations publiques et dont la valeur est nettement disproportionnée à celle du don effectué au profit de la collectivité.

Les contreparties éventuelles sont accordées dans le seul cadre légal et réglementaire en vigueur. Elles sont clairement énoncées dans la convention de mécénat qui lie le mécène et la ville de Bordeaux.

### **i. Pour les entreprises :**

La ville de Bordeaux peut accorder à l'entreprise mécène des contreparties correspondant à un maximum de 25% de la valeur totale de la contribution versée selon les instructions fiscales 5-B-17-99 du 4 octobre 1999 et 4-C-5-04, n° 112 du 13 juillet 2004 ou de 5% dans le cadre des trésors nationaux.

Les contreparties peuvent prendre la forme d'une mention sur les supports de communication, de mises à disposition de locaux, de visites privées, d'événements dédiés, d'espaces VIP, de conférences de presse de signature de convention, d'invitations, etc.

Les mécènes bénéficiant de mises à disposition d'espaces ne sont pas autorisés à exercer une activité commerciale de vente de produits ou de services dans le cadre d'une contrepartie de mécénat.

### **ii. Pour les particuliers :**

La ville de Bordeaux peut accorder jusqu'à 25% du montant du don sous forme de contreparties dans la limite forfaitaire de 65€ (BOI 5 B-10-11 du 11 mai 2011).

Dans tous les cas, la ville de Bordeaux s'engage à ne pas aller à l'encontre de ce plafond et procède à une analyse de la valorisation des contreparties afin de mettre en adéquation ce plafond et les attentes du mécène.

En fonction du montant de leur don, les mécènes quelque soit leur nature pourront se voir attribuer, projet par projet, des qualificatifs préalablement définis au sein d'un barème de contreparties, tels que « mécènes fondateurs », « bienfaiteurs », « grands donateurs », « soutiens », etc.

## **8. Communication :**

Dans le cadre d'actions de mécénat, la ville de Bordeaux et le mécène s'accordent sur la nature et la forme de communication autour du projet concerné.

L'utilisation du nom et du logo ou tout autre élément impliquant l'image et la notoriété de la ville de Bordeaux par un mécène est définie dans la convention.

Les mécènes sont associés au moment protocolaire et/ou mentionnés sur les outils de communication en lien avec les projets soutenus. La ville de Bordeaux mentionne autant que possible dans la convention les documents sur lesquels figurent la mention ou le logo du mécène. Dans la mesure du possible et quand les délais le permettent, la ville de Bordeaux fait valider au mécène les outils de communication sur lesquels il figure.

La communication à laquelle le mécène est associée peut-être événementielle (par exemple, un logo sur les affiches du projet soutenu) et/ou semi-pérenne. Ainsi, dans le cas d'un soutien en faveur d'une construction, d'une restauration ou d'une acquisition d'œuvre pour un montant significatif, le nom et/ou le logo du mécène pourront être mentionnés par exemple sur un cartel, une plaque, un catalogue, et ce pour une durée déterminée définie dans le cadre de la convention.

La ville de Bordeaux s'engage à ne pas s'associer à un mécène susceptible de nuire à son image.

La ville de Bordeaux se réserve le droit de stopper toute action de communication portant sur une entreprise mécène, dans l'hypothèse où le comportement de celle-ci porterait atteinte à l'image de la ville de Bordeaux ou serait en contradiction avec les principes énoncés dans la présente Charte.

La ville de Bordeaux étudiera au cas par cas les demandes des mécènes qui souhaiteront utiliser d'une manière ou d'une autre une ou plusieurs marques protégées par la ville de Bordeaux auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI).

## **9. Co-partenariat / Exclusivité :**

Sauf exception et accord entre les parties, aucune exclusivité ne peut être réservée à une entreprise ou fondation mécène par la ville de Bordeaux.

Si une exclusivité est accordée, par exemple pour un secteur d'activité, elle ne peut l'être que pour une durée et un projet déterminés. Le montant du don devra compenser le co- partenariat auquel la collectivité aura à renoncer.

## **10. Indépendance intellectuelle et artistique :**

La ville de Bordeaux conserve son entière liberté d'action et reste libre du contenu de ses projets y compris de ceux soutenus financièrement, en totalité ou en partie, dans le cadre du mécénat.

La ville de Bordeaux s'engage, pour les projets relevant du domaine patrimonial et/ou culturel et artistique, à n'accepter aucune intervention sur le contenu artistique et/ou scientifique. Dans ce même cas et dans la limite de la législation française en vigueur sur le droit d'auteur, la ville de Bordeaux s'engage à veiller à ce que les images d'œuvres lui appartenant ne soient pas utilisées par ses mécènes de manière injurieuse pour leur intégrité.

## **11. Confidentialité :**

La ville de Bordeaux s'engage à respecter la confidentialité des éléments concernant l'entreprise pour une durée indéterminée.

## **12. Intégrité, conflit d'intérêts et transparence :**

Conformément aux statuts de la fonction publique, la ville de Bordeaux veille à ce que ses agents n'entretiennent avec les mécènes aucun rapport susceptible de les conduire à méconnaître leurs obligations de discrétion, de probité et de neutralité.

Dans l'hypothèse d'un mécénat par un fournisseur de la collectivité, cette dernière met tout en œuvre afin de dissocier les agents en charge du contrôle de l'exécution des prestations et de leur paiement, de ceux en charge de gérer le mécénat.

## **13. Déclaration d'engagement**

En signant La Charte éthique, la ville de Bordeaux et ses mécènes s'engagent à respecter les principes énoncés dans la présente Charte, à communiquer leur engagement à respecter ses principes et à promouvoir la présente Charte.

## **14. Comité de pilotage :**

Un comité de pilotage constitué des membres de la 1ère Commission est instauré. Il élaborera un règlement d'examen des propositions de mécénats permettant de vérifier leur conformité au regard des attendus de la présente charte. Il émettra sur cette base un avis consultatif à l'attention du Maire.

## **15. Application des dispositions :**

L'ensemble des dispositions prévues par la présente Charte Ethique en matière de mécénat prend effet à compter de la date de signature par le Maire de la ville de Bordeaux.

## Annexe 3 : RIB DE LA VILLE



### RIB VILLE DE BORDEAUX

|                                                           |                                                                                                                                                                |      |      |                         |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-------------------------|
| <b>Banque de France</b><br>RC PARIS B 572104891           |                                                                                                                                                                |      |      |                         |
| <b>Relevé d'Identité Bancaire</b>                         |                                                                                                                                                                |      |      |                         |
| Titulaire : Recette des Finances de Bordeaux Municipale   |                                                                                                                                                                |      |      |                         |
| Domiciliation : BDF Bordeaux                              |                                                                                                                                                                |      |      |                         |
| Siret : 17330211800786                                    |                                                                                                                                                                |      |      |                         |
| RIB à fournir<br>pour virements<br>Nationaux              | <b>Identifiant RIB automatisé</b><br>code banque      code guichet      numéro de compte      clé<br>30001              00216              C3300000000      82 |      |      |                         |
| <b>Identifiant International (IBAN) :</b>                 |                                                                                                                                                                |      |      |                         |
| FR54                                                      | 3000                                                                                                                                                           | 1002 | 15C3 | 3000      0000      082 |
| <b>Identifiant SWIFT (BIC) de la BdF :</b><br>BDFEFRPPCCT |                                                                                                                                                                |      |      |                         |





musée du  
design musée  
bordeaux des arts  
décoratifs

**Playground**  
**Le design des sneakers**  
Du 26 mars au 27 septembre 2020





## L'espace d'exposition : une prison réhabilitée

### *Playground*

#### *Le design des sneakers*

26 mars au 27 septembre 2020.

Dans l'ancienne prison, située à l'arrière de l'hôtel particulier du XVIII<sup>e</sup> siècle dédié aux collections historiques, l'exposition présentera les sneakers dans toutes leurs dimensions culturelles.

Amusante coïncidence, le terme *sneaks* pour désigner ces chaussures semble naître dans le contexte carcéral. Il apparaît pour la première fois en 1862 sous la plume de Frederick W. Robinson, dans son étude sur la condition des femmes en prison, intitulée *Female Life in Prison*. Publié sous la forme d'un roman, l'ouvrage utilise l'exemple de la prison de Brixton en Angleterre pour décrire le quotidien des prisonnières, qui ont baptisé *sneaks* les silencieuses chaussures équipées de semelle en caoutchouc portées par le gardien de nuit. Ensuite le terme apparaît dans le *Standard Dictionary of the English Language* en 1910 pour désigner notamment, dans le jargon des cambrioleurs, une chaussure silencieuse, dotée d'une semelle souple.



Cour des marins, prison rue Boulan, vers 1979 © archives du madd-bordeaux



## Playground

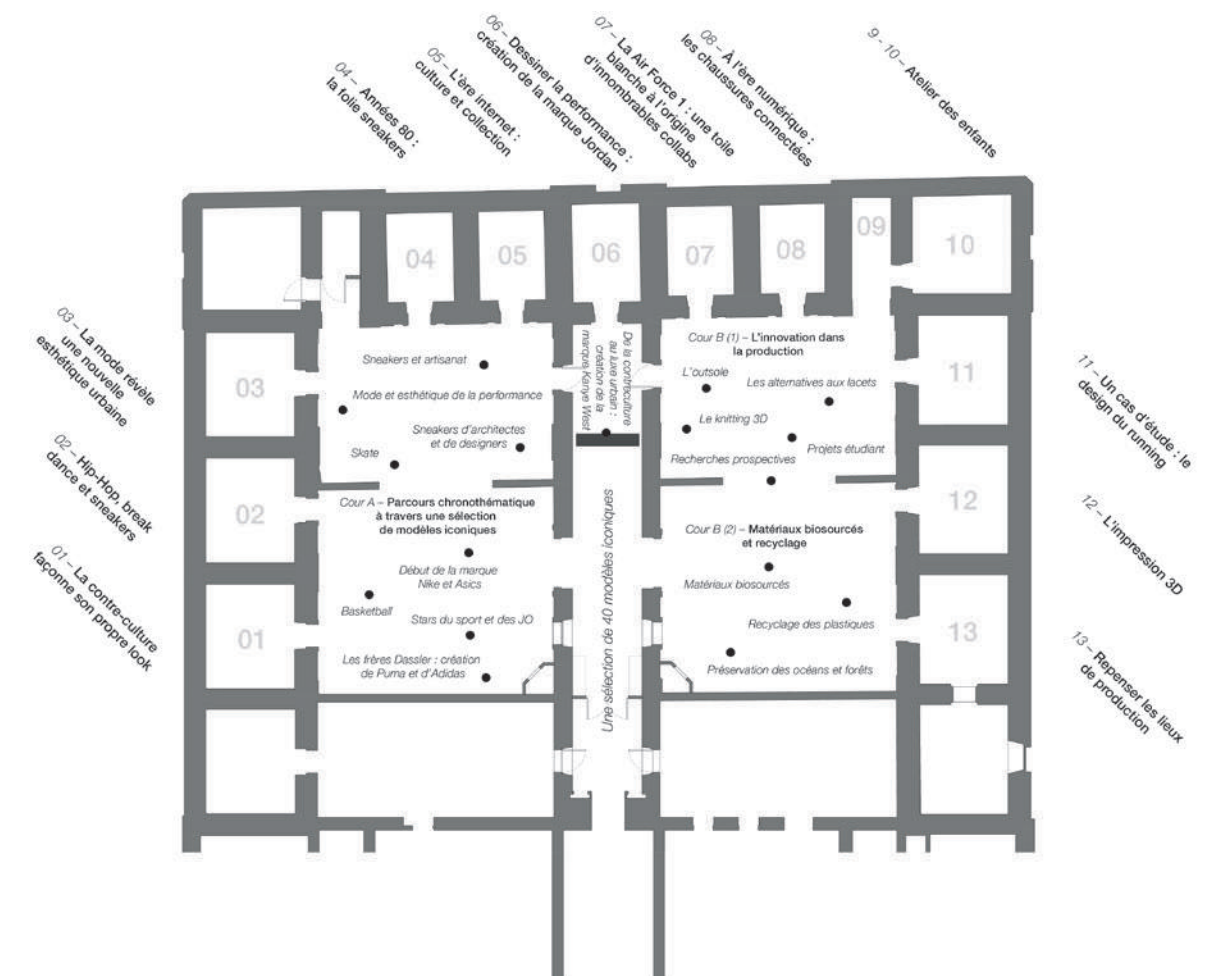
### Le design des sneakers

En quelques décennies, les sneakers sont devenues un objet de consommation de masse. De leurs succès auprès des icônes de Hip Hop et de la Break Dance aux recherches prospectives menées sur le plan du design et des enjeux de développement durable, l'exposition montrera l'évolution de cette industrie gigantesque qui soulève un grand nombre de questionnements.

**Playground est la première exposition d'envergure organisée en Europe sur ce phénomène culturel. Elle sera accompagnée d'un catalogue de référence en version bilingue français et anglais.**

Le transfert du sport à la rue, du terrain de basket aux podiums, est intimement lié à l'émergence des contre-cultures aux États-Unis et en Europe. Leurs rôles dans la diffusion de cet accessoire dans les années 1970 seront présentés à travers des films, des photos, et des témoignages. Outils de distinction et d'affirmation culturelles des minorités et symboles de l'anticonformisme pour les groupes de rock, les sneakers deviennent l'objet démocratique par excellence dans les années 1980 : elles se retrouvent aux pieds de tous, quel que soit l'âge, le sexe et le milieu social, du Japon aux États-Unis, du Brésil à la Chine. Les grandes figures des sneakers seront mises en valeur, des collectionneurs, les *sneakerheads*, aux designers qui ont contribué aux plus grands succès.

Les différentes narrations prendront place dans chacune des cellules qui entourent les deux cours de l'ancienne prison :

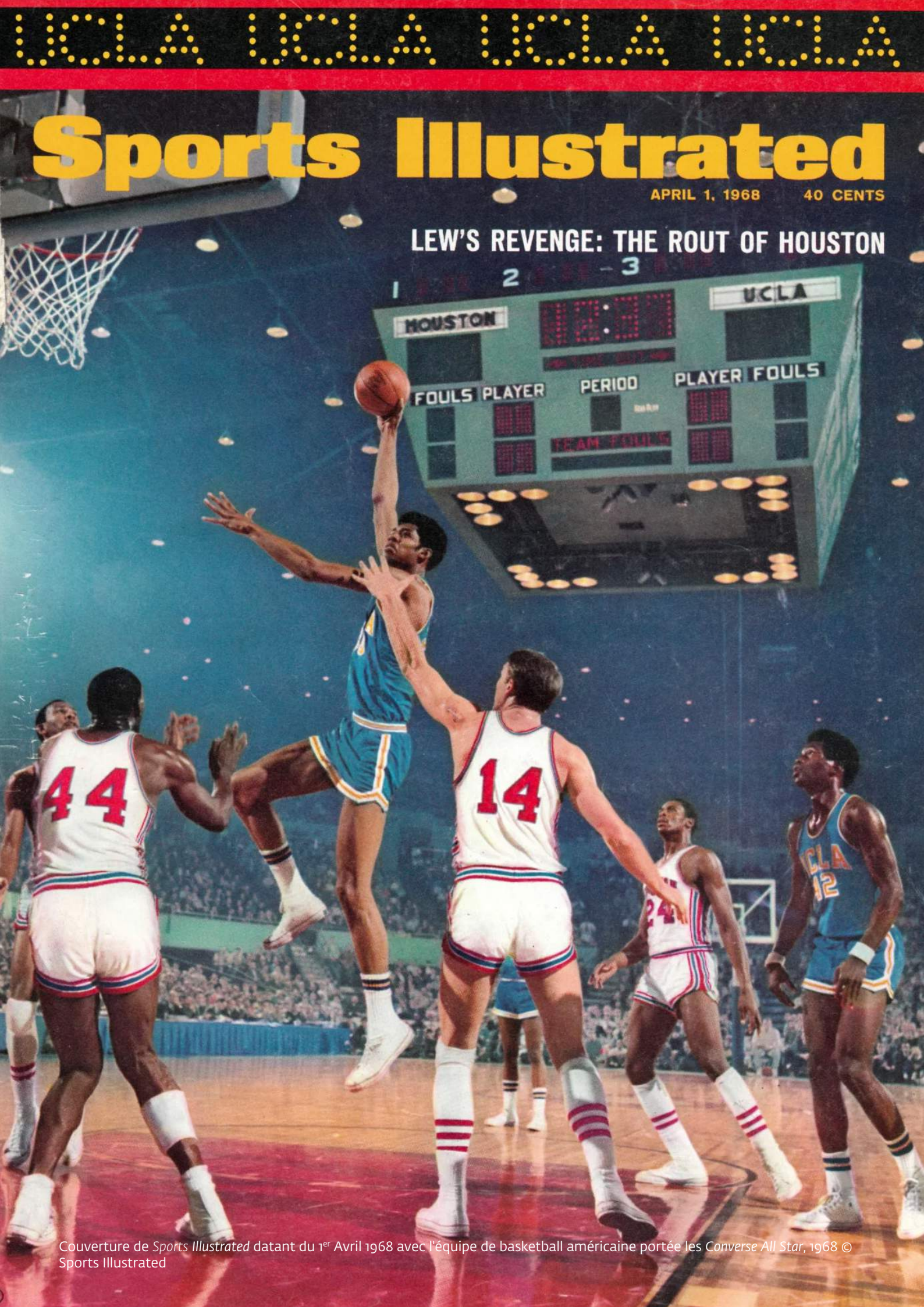


**Trail 355** New trainer designed for road training as well as trail or cross-country work, with high-quality carbon rubber sole of Nora-Tuff® for guaranteed road-flat durability. An earlier version was rated number one in cushioning (both ball and heel) during *Runner's World* lab tests, and this new sole has that maximum shock absorption combined now with the durability of a radial tire. The flat-head studs provide excellent traction on all surfaces, and the foam-backed polyester-mesh upper adds great comfort and breathability. Men's sizes 6-13; widths A,B,C,D,E, EE and EEE. (Sizes 13½-15 and widths AA and EEEE available at additional cost.)

See your local authorized New Balance dealer, or send for our free color catalog. New Balance Athletic Shoe, Inc. 36 Everett Street, Boston, Massachusetts 02134.

**new balance**  
athletic shoes  
usa





## Projet d'exposition

### 1 – Volet historique : de la chaussure de sport à l'accessoire indispensable

Si la sneaker fait aujourd'hui l'objet d'une exposition entière, c'est parce que son origine et sa diffusion témoignent d'une histoire riche et complexe, qui mêle un grand nombre d'acteurs, des marques aux consommateurs, mais aussi des designers, ingénieurs, sportifs et artistes. De la *Converse Chuck Taylor All Star* créée en 1917, portée par Mick Jagger le jour de son mariage en 1971, à la *Stan Smith* (initialement Robert Haillet, 1964) devenue rapidement la petite robe noire de la sneaker, comment ces chaussures de sport sont-elles devenues des accessoires indispensables ?

Les visiteurs pourront découvrir l'histoire de plusieurs modèles emblématiques, qui ont marqué des tournants dans l'histoire des sneakers. Portés et promotionnés par des icônes du sport comme Stan Smith ou Michael Jordan, témoignant d'innovations techniques révolutionnaires, reflets d'un moment, d'une époque ou d'un phénomène de société, ces modèles iconiques ont tous une histoire à raconter : la *Converse Chuck Taylor All Star* (1917), la *Puma Suede* (1968), l'*adidas Original Superstar* (1969), la *New Balance 990* (1982), la *Reebok Freestyle* (1983) ou la *Nike Air Jordan* (1985).

À travers ces modèles, c'est aussi le rôle des designers qui sera mis en avant, en particulier celui de Tinker Hatfield à qui l'on doit de nombreux modèles iconiques. Ce Californien, architecte de formation, recruté par l'équipementier à la virgule au début des années 1980 pour dessiner des bureaux, est devenu une légende de la culture sneakers. Designer visionnaire, il a l'idée de creuser un trou dans la semelle d'une chaussure de course pour rendre son système d'amorti apparent. Au même moment, il imagine une paire de chaussures auto-laçantes afin de monter sur un skateboard volant pour le film *Retour vers le futur*. Trente ans plus tard, il concrétise ce rêve de science-fiction en créant le système de laçage automatique E.A.R.L. (Electro Adaptable Reaction Lacing).

Les grands noms de la mode s'en emparent à partir de la fin des années 1970. Des recherches sur l'intérêt précoce des grands couturiers pour les sneakers ont permis de révéler des documents d'archives méconnus, provenant des maisons Issey Miyake, Chanel, ou encore Chloé alors sous la direction artistique de Karl Lagerfeld. Avec ces grandes marques, les sneakers s'éloignent progressivement de la chaussure de sport, se parent de matériaux nobles et deviennent les nouveaux étendards du luxe. De l'étudiant aux grands patrons de la Silicon Valley, avec un jogging, un jean usé, ou un costume sur mesure, tout le monde se les approprie. Qu'elles soient symboles de réussite sociale au même titre qu'une montre, synonyme d'un life style urbain et décontracté, ou accessoire totémique d'une jeunesse en quête d'identité, les sneakers sont malléables, elles se plient à tous les scénarios.



Collection Printemps/Été 1977, Yves Saint Laurent (1976)



Collection Printemps/Été 1977, Chantal Thomas pour Ter et Bantine (1976)



Collection Automne/Hiver 1976, Karl Lagerfeld pour Chloé (1975)



## Projet d'exposition

### 2 – Volet sociologique : sneakers et contre-cultures

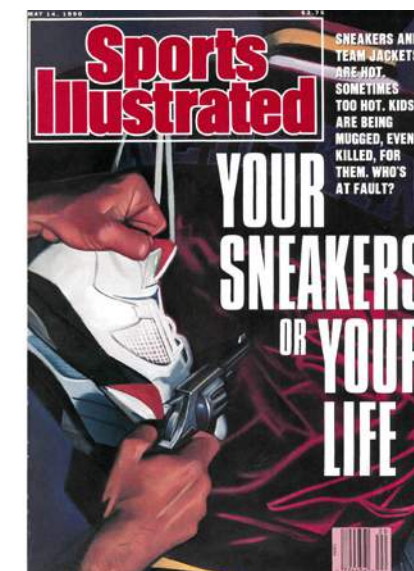
Dès les années 1970, les sneakers deviennent un objet de fascination pour des millions de jeunes qui, en les portant, s'identifient autant aux groupes de rock comme les Sex Pistols ou les Ramones, qu'aux sportifs, comme le boxeur Muhammad Ali ou le basketteur Walt « Clyde » Frazier, qui bénéficient d'une aura médiatique grandissante. Dans le Bronx à New York, comme dans la majorité des grandes métropoles américaines, les sneakers deviennent un outil d'expression personnelle, en particulier pour les jeunes afro-américains qui subissent alors de plein fouet la récession économique. Elles soulignent l'appartenance à un groupe, une communauté, et constituent même un marqueur de pouvoir, détenu désormais par celui (rarement celle) qui aura obtenu le dernier modèle sorti.

Rap, Hip Hop et sneakers contribuent à cette culture souterraine, à laquelle ces jeunes s'identifient. Les marques qui en ont fait leur cible privilégiée l'ont bien compris. Lancée en 1969, l'*adidas Superstar* est adoptée par le groupe Run-DMC, qui en fait le sujet d'un de ses tubes en 1986. Le succès est immense, la chaussure de sport, acquise par les fans, est brandie par 22 000 jeunes lors d'un concert au Madison Square Garden la même année. Les Run-DMC deviennent les premiers non-sportifs à conclure un contrat avec la célèbre firme sportive.

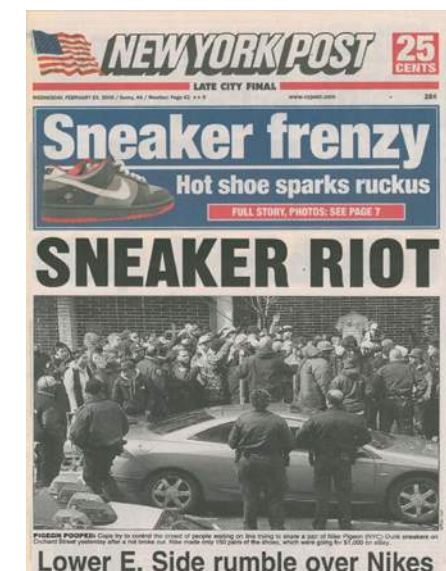
Dès la fin des années 1980, les baskets font l'objet d'un marché considérable qu'entretiennent les *sneakerheads*, ces collectionneurs qui amassent plusieurs centaines, voire milliers de paires, et guettent les éditions les plus recherchées. La folie des sneakers gagne du terrain. Le succès est tel qu'en 1990 le magazine *Sports Illustrated* titre « Your sneakers or your life » [Tes sneakers ou ta vie], en référence à plusieurs affaires de vol de sneakers qui ont donné lieu à des agressions mortelles. Avec la multiplication des éditions limitées et des collaborations uniques avec des artistes, rappeurs ou graffeurs, la fièvre des sneakers ne cesse de croître. En 2005, lors de la sortie de la *Nike Dunk NYC Pigeon*, ce sont des centaines de fans qui patientent devant le magasin du designer Jeff Staple « Reed Space » à New York, pour certains depuis quatre jours : ce lancement crée une véritable émeute qui fait la une des journaux. Vendue alors pour 200 dollars, sa cote avoisine aujourd'hui les 15 000 euros.



Portrait de DJ Khaled posant dans son dressing à sneakers dans sa maison de Miami, 2016 © Thayer Allyson Gowdy



"Your Sneakers or Your Life" ;  
*Sports Illustrated*, mai 1990



"Sneaker Riot" ; *New York Post*, 23  
Février 2005





# THE DYNASTY ON 34TH STREET.

You won't find silk uniforms, million dollar contracts, or Brent Musberger down here. But this is where dynasties are born. In Watts, Brownsville, South Boston. Anywhere they're hammering out the fundamentals. Jamming the hoop. Crashing the boards.

If you want in this game, you've got to have three things going for you. Your hand. Your eye. And your feet.

That's where the Dynasty comes in. This new basketball shoe is lightweight. For driving and skying. With plenty of toe room and a European shell sole. For quicker cuts. Faster stops.

It's got nylon mesh. So it breathes. Full-grain leather. So it lasts.

We built the Dynasty for the toughest game in town. The kind you won't always find in your T.V. Guide.

**NIKE**  
Beaverton, Oregon

CIRCLE 237 ON READER SERVICE CARD

# BREAKING OUT

**Man, I need VANS**

**Breakers**  
Only For The Elite!

STYLE 438

STYLE 439

Complete this form if shoes are unavailable at your local **VANS** dealer:

| QUANTITY | STYLE NO.<br><small>(Indicate #438 or #439)</small> | SIZE | WIDTH<br><small>(M/M/W)</small> | PRICE |
|----------|-----------------------------------------------------|------|---------------------------------|-------|
|          |                                                     |      | Boys<br>Men<br>Women            |       |
|          |                                                     |      | Boys<br>Men<br>Women            |       |
|          |                                                     |      |                                 |       |
| TOTAL    |                                                     |      |                                 | \$    |

Specify your correct shoe size & width in Mens, Womens or Boys.  
(Color is as shown in photo)

Style #438 Price: **\$45.00**  
Style #439 Price: **\$43.00**  
Add \$2.50 For Shipping & Handling  
Per Pair. All orders must be pre-paid.  
Personal checks or money orders accepted. Allow 2-3 weeks for delivery.

Please Complete Form In Full And Mail To:  
**VANS**  
P.O. Box 729  
Anaheim, CA 92805  
Attn: JUNE TAPP

NAME \_\_\_\_\_  
ADDRESS \_\_\_\_\_  
CITY \_\_\_\_\_ STATE \_\_\_\_\_ ZIP \_\_\_\_\_  
TELEPHONE # ( ) \_\_\_\_\_

Publicité d'époque de la marque Vans



### 3 – Volet production/innovation : produire, fabriquer, innover

Design et fabrication sont au cœur de la rivalité commerciale qui anime le marché de la sneaker, et ce depuis le début de l'aventure. Nous reviendrons sur les principales innovations qui ont marqué l'histoire et la production des sneakers.

Les départements de R&D des grandes marques se livrent à une course à l'usage des nouvelles technologies, qui profite aux enjeux de développement durable, domaine éthique à investir.

Depuis le début des années 1990, Nike s'engage dans le recyclage avec le programme « Reuse-a-shoe ». Imaginé dans le but de réduire l'empreinte carbone de la marque, ce programme a pour objectif de récupérer toutes les chaussures usagées et de les transformer en une nouvelle matière première, la « Nike grind » d'abord utilisée pour réaliser de nouveaux terrains de basket et aujourd'hui dans la production de plus de 70% des vêtements et chaussures Nike.

En 2015, adidas et l'ONG *Parley for The Oceans* ont présenté une chaussure de running conçue à partir de fibres de plastique recyclé, la première d'une longue série et d'un partenariat encore d'actualité. Puisant la matière première aux fonds des océans, la chaussure est confectionnée avec l'équivalent de onze bouteilles de plastique.

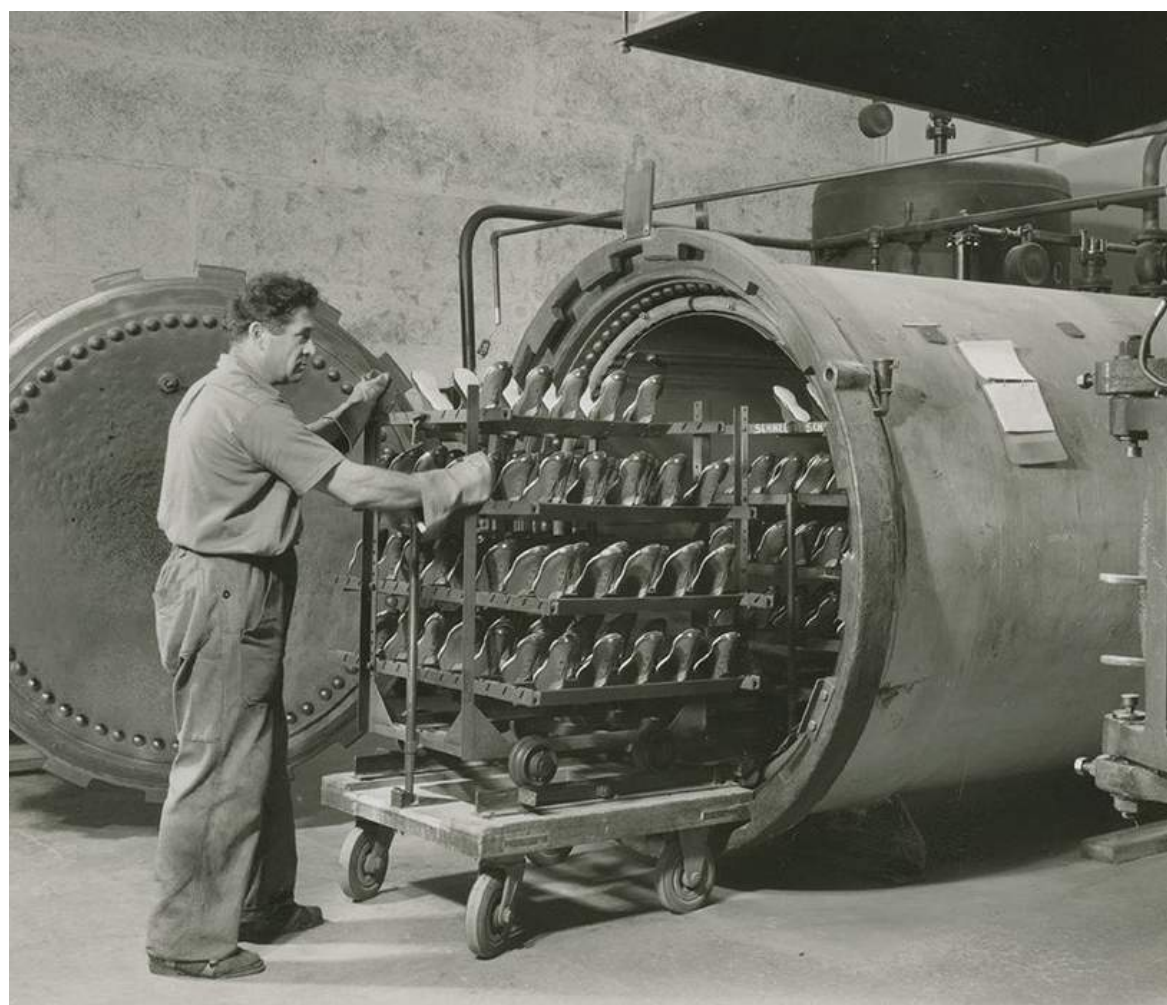
L'innovation dans le domaine des sneakers s'exprime aussi à travers de nombreux projets de recherche prospective qui repoussent les frontières de la chaussure de sport, en envisageant de nouvelles fonctionnalités, des étapes de production simplifiées et un rapport renouvelé à l'objet. L'exposition présentera les recherches menées par les grandes marques comme Puma et New Balance.

Puma collabore avec le MIT Design Lab (Massachusetts Institute of Technology) dès 2017 afin de concevoir des produits à partir de matériaux vivants comme les algues et les bactéries. Au fil du temps, la matérialité de chaque chaussure s'adapte physiquement au pied de son utilisateur grâce à l'action des micro-organismes. La *Breathing Shoe* est montrée à l'occasion de la Milan Design Week en 2018.

En 2017, New Balance établit un partenariat avec Formlabs pour développer un système de production à proximité directe de l'unité de recherche de la marque. Ensemble, ils mettent au point un tout nouveau matériau, le *Rebound Resin*, et inaugurent un nouvel espace équipé d'imprimantes 3D stéréolithographiques (SLA\*) sur le site de New Balance à Lawrence (Massachusetts). Produite à seulement quelques centaines d'exemplaires, la *New Balance 990S TripleCell* est issue de cette collaboration innovante et la *FuelCell Echo* est annoncée pour l'automne 2019.

\* Stereolithography Apparatus





Site de production de la marque Bally dans les années 1930 © Bally Shoe Museum



Paires de chaussures produites par la marque suisse Bally dans les années 1930-40 © Bally Shoe Museum





Chaussure *adidas Ultra Boost* produite en collaboration avec Parley, 2017 © Parley for the Oceans



Prototype de la *Asics Corsair* par Bill Bowerman, 1967



*New Balance 1300*, 1985



*adidas Micropacer*, 1984



*Nike Bermuda*, 1979



*Nike Kukini*, 2000



*adidas LA Trainer*, 1981



*Kangaroos Dynacoil*, 1986



*Asics GT-II Gel-Saga*, 1986



*adidas Speedfactory AM4LDN*, 2017





## Scénographie de l'exposition

### Mathieu Lehanneur

Classé parmi les « 100 World top designers and influencers » par les magazines *Wallpaper* et *Surface*, Mathieu Lehanneur est décrit comme le « champion de l'agilité intellectuelle dans le champ du design contemporain » par Paola Antonelli, directrice du Department of Architecture and Design du MoMA à New York.

Il est l'un des rares designers de sa génération à pouvoir embrasser autant de champs de la création : de l'objet à l'architecture, de l'art au produit, de la pièce unique *hand-made* à la technologie, il innove avec des projets spectaculaires et magiques qui mêlent design, science et art.

Chief Designer de la société de télécommunication Huawei depuis 2015, il apporte son œil et son talent de créateur à plusieurs marques prestigieuses comme Sony, Veuve Clicquot, Audemars Piguet, Kenzo, Poltrona Frau, Hôtels Pullman, Cartier, Schneider Electric, JCDecaux, Becton Dickinson... Il a récemment conçu un musée temporaire à Shanghai pour la marque suisse Audemars Piguet, réalisé le design intérieur du Café Mollien au musée du Louvre et lancé un mobilier urbain à énergie solaire pendant la COP-21, Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques à Paris. Il travaille actuellement sur le réaménagement du Grand Palais à Paris. C'est la galerie Carpenters Workshop, à Londres, Paris, New York et San Francisco, qui représente son travail dans le domaine du design d'intérieur.

Son travail est aujourd'hui côté dans le marché de l'art. À l'invitation de Christie's, Mathieu Lehanneur a présenté, en janvier 2018, « 50 Seas », une collection de 50 pièces uniques en faïence émaillée évoquant les reliefs aquatiques, remportant un de ses plus beaux succès auprès des collectionneurs.

C'est en France qu'il reçoit son premier prix important : le « Grand Prix de la Création de la Ville de Paris » en 2006, qui sera suivi du « Best Invention Award » (2008) décerné par le magazine américain *Popular Science* pour le projet « Andrea », un système domestique de filtration de l'air par les plantes, créé en partenariat avec l'Université de Harvard et fondé sur des études développées par la NASA.

Esprit prospectif, Mathieu Lehanneur est partenaire de plusieurs starts-up dans les domaines de la technologie, de la cosmétologie ou de la mobilité urbaine.

En 2012, une monographie lui a été consacrée aux éditions Gestalten ainsi qu'une exposition rétrospective au Grand-Hornu - Centre d'innovation et de design, en Belgique.

Ses projets font parties des plus importantes collections publiques et privées comme celles du MoMA (New York et San Francisco), du Centre Pompidou et du musée des Arts Décoratifs (Paris).



## Commissariat de l'exposition

### Constance Rubini, directrice du madd-bordeaux depuis 2013

Directrice du madd-bordeaux depuis 2013, Constance Rubini sollicite dès son arrivée le Haut Conseil des musées de France pour faire évoluer le nom en « musée des Arts décoratifs et du Design », afin de rendre visible la volonté de l'institution de devenir un important lieu de diffusion de la culture du design en France. Elle est commissaire de la rétrospective dédiée au designer italien Andrea Branzi *Andrea Branzi, Pleased to meet you*, 1966-2014 ; des expositions *Houselife – Collection design du Cnap* en 2016 ; *Oh couleurs ! Le design au prisme de la couleur* en 2017 ; *Construction – Martin Szekely* en 2018, *Memphis – Plastic Field* en 2019 ainsi que des expositions dédiées aux jeunes figures du design, Felipe Ribon, Octave de Gaulle, Raphaël Pluvinaud, Marion Pinaffo, Tom Formont et Roman Weil. Historienne du design, elle enseigne aujourd'hui à l'ECAL à Lausanne.

### Afin d'apporter l'expertise et les connaissances de spécialistes et collectionneurs du domaine, un comité artistique a été constitué, sous la coordination de Constance Rubini.

- Jacques Chassaing, designer chez adidas depuis 1981. Il est, entre autres, le designer de la chaussure de basket *Forum*.
- Pierre Demoux, auteur de *L'Odyssée de la Basket* (Éditions La tengo, 2019) et journaliste aux Échos depuis 2009.
- Coralie Gauthier, consultante en communication notamment pour Yohji Yamamoto, l'Institut Français de la Mode, Silencio, Wanderlust et le Centre Pompidou.
- Thibault de Longeville, auteur du documentaire *Sneakers, le culte des baskets* (2006) et fondateur de l'agence artistique *360creative*.
- Samuel Mantelet, expert en culture sneakers, consultant en marketing et communication et co-fondateur de l'association *Sneakers EMPIRE* et du site internet [www.chaussée.eu](http://www.chaussée.eu)
- Teddy Sanchez, designer et directeur artistique. Lauréat des Audi Talents 2019, réalisateur d'un film pour l'exposition sur les liens entre culture Hip Hop et sneakers.
- Alexander Taylor, designer industriel, consultant depuis 2008 pour adidas. Il a, entre autres, développé la technologie *Primeknit* et a participé à la collaboration de la marque avec l'organisation environnementale *Parley for the Oceans*.



### Un musée présent à Bordeaux depuis plus de 95 ans

Le musée des Arts décoratifs et du Design (madd-bordeaux) est installé dans un hôtel particulier construit entre 1775 et 1779 pour le conseiller au parlement Pierre de Raymond de Lalande. Cette maison change de statut au fil du temps. En 1880, elle est rachetée par la Ville qui y installe tout d'abord les services de police et y construit une prison à l'arrière, à la place du jardin. Puis la Ville établit un premier musée d'Art ancien en 1924 qui sera transformé en musée des Arts décoratifs en 1955. En 1984, le musée est réaménagé pour évoquer une riche demeure aristocratique, emblématique du siècle des Lumières bordelais. Ses collections constituent un exemple des arts décoratifs français, en particulier bordelais, des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, et un témoignage de l'histoire de Bordeaux, grand port de négoce au XVIII<sup>e</sup> siècle.

Depuis 2013, son nom évolue en « musée des Arts décoratifs et du Design » afin de rendre visible la volonté de l'institution de devenir un important lieu de valorisation et de diffusion de la culture du design en France. Depuis six ans, le madd-bordeaux développe une programmation conséquente faisant dialoguer arts décoratifs et design, notamment à travers la présentation renouvelée de sa collection de design au sein des espaces dédiés aux collections anciennes et l'organisation d'expositions temporaires. Ce programme culturel a considérablement renouvelé et augmenté la fréquentation du musée.

Un développement qui a conduit à la création d'un projet de modernisation et de rénovation des deux bâtiments du musée classés au titre des monuments historiques depuis 2018 : l'ancienne prison (nouvel espace d'expositions depuis 2016) et l'hôtel de Lalande. Ce projet a fait l'objet d'un concours d'architectes et d'une sélection en 2019. Les lauréats Aymeric Antoine et Pierre Dufour, Agence Antoine Dufour Architectes, entament actuellement un processus de réflexion avec l'équipe du musée qui conduira au démarrage des travaux dans 18 mois. Ce projet architectural est conduit grâce au mécénat d'Elisabeth Wilmers et du Château Haut-Bailly.

[www.madd-bordeaux.fr](http://www.madd-bordeaux.fr)



Vue de la cour intérieure du musée où des événements sont régulièrement organisés © madd-bordeaux - F. Griffon



## Le musée dans la presse

### Memphis - Plastic Field

21 juin 2019 au 5 janvier 2020



Libération  
23 septembre 2019



Le Monde  
27 juin 2019



Télérama  
13 juillet 2019



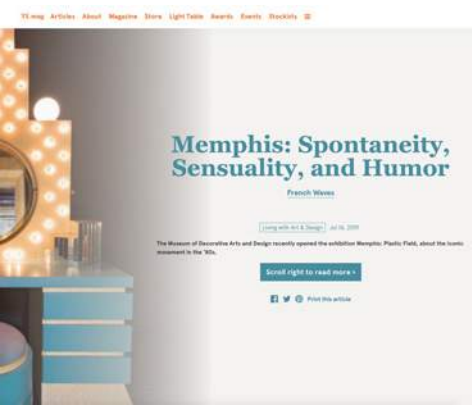
IDEAT  
5 juillet 2019



Elle Décoration  
9 juillet 2019



AMC  
19 juin 2019



TI Mag (Belgique)  
15 juillet 2019



Gray Magazine (USA)  
20 juin 2019



Casa Brutus (Japon)  
juillet 2019

## Le musée dans la presse

### Phénomènes. Quand le design dévoile les technologies invisibles du quotidien

23 novembre 2018 au 3 mars 2019



Le Monde  
13 décembre 2018



IDEAT  
17 mai 2017



Paris-Art  
27 novembre 2018

### As movable as butterflies. The chōchin of Japan

31 janvier au 19 mai 2019



Télérama  
11 février 2019



DAMN° Magazine (Belgique)  
17 janvier 2019



AD (USA)  
9 janvier 2019



Disegno (GB)  
25 février 2019



## Le musée dans la presse

### Construction - Martin Szekely 26 avril au 7 octobre 2018



Le Monde  
25 avril 2018



Le Figaro  
1er juin 2018



Libération  
2 juillet 2018



Le Journal des Arts  
8 juin 2018



L'Oeil  
28 juin 2018



D'Architecture  
Avril 2018



Disegno (GB)  
4 mai 2018



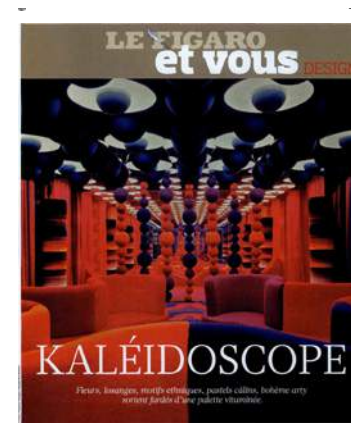
Wallpaper (GB)  
4 juillet 2018

## Le musée dans la presse

### Oh couleurs ! Le design au prisme de la couleur 29 juin au 5 novembre 2017



Le Monde  
28 juin 2017



Le Figaro  
17 mai 2017



Étapes  
Septembre 2017



Télérama  
18 octobre 2017



Disegno (GB)  
3 juillet 2017



AD (Espagne)  
Octobre 2017



Wallpaper (GB)  
9 août 2017





Le musée dans la presse

**Houselife**  
24 septembre 2016 au 29 janvier 2017



**Le Monde**  
10 octobre 2016



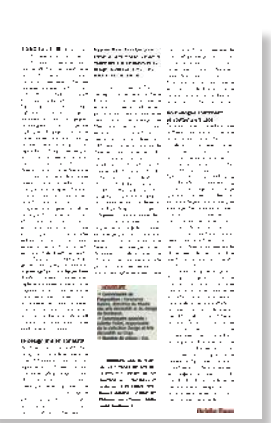
**Le Figaro**  
19 octobre 2016



**L'Œil**  
16 novembre 2016



**Le Journal des Arts**  
Octobre 2016



**Côté Ouest**  
Octobre 2016



**Disegno (GB)**  
15 novembre 2016



**Wallpaper (GB)**  
15 novembre 2016



**Octave de Gaulle, civiliser l'Espace**  
11 décembre 2015 au 10 avril 2016



**Le Monde**  
4 février 2016



**Le Figaro**  
29 janvier 2016

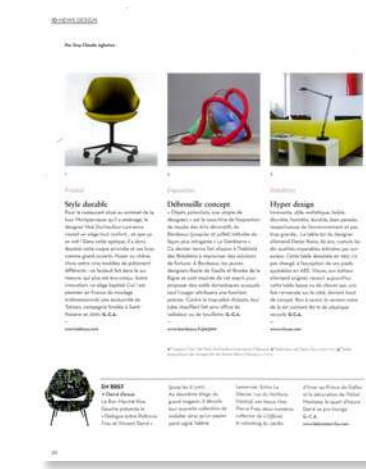


**Sud Ouest**  
26 mars 2016

**La Gambiarra, objets potentiels, une utopie de designers**  
15 mai au 15 octobre 2014



**Le Monde**  
3 septembre 2014



**IDEAT**  
2 juin 2014



**Sud Ouest**  
16 mai 2014



**Bordeaux7**  
3 septembre 2014



**Paris-Art**  
16 mai 2014



# Le musée dans la presse

Felipe Ribon

5 août au 2 novembre 2015



Le Monde  
24 août 2015



Le Figaro  
28 août 2015



Disegno (GB)  
Avril 2016



Wallpaper (GB)  
7 août 2015



Sud Ouest  
18 septembre 2015



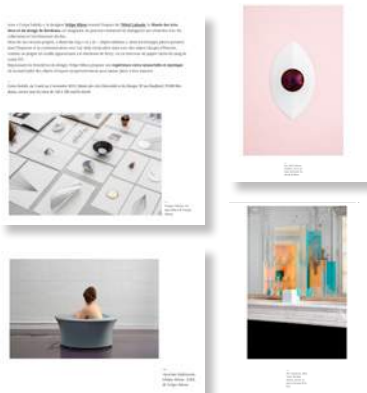
M le magazine du Monde  
9 décembre 2015



Le Quotidien de l'Art  
17 septembre 2015



Milk Decoration  
7 août 2015



Elle Décoration  
15 septembre 2014



Domus (Italie)  
28 octobre 2014

# Le musée dans la presse

Andrea Branzi. Please to meet you. 50 ans de création

10 octobre 2014 au 25 janvier 2015



Le Monde  
21 octobre 2014



Le Figaro Magazine  
31 octobre 2014



Télérama  
29 octobre 2014



Libération Next  
27 octobre 2014



Paris Match  
4 décembre 2014

**Commissariat**

Constance Rubini

Directrice du musée

[c.rubini@mairie-bordeaux.fr](mailto:c.rubini@mairie-bordeaux.fr)

+33 (0)5 56 10 14 02

Étienne Tornier

[e.tornier@mairie-bordeaux.fr](mailto:e.tornier@mairie-bordeaux.fr)

+33 (0)5 56 10 14 07

Arthur Fosse

[ar.fosse@mairie-bordeaux.fr](mailto:ar.fosse@mairie-bordeaux.fr)

+33 (0)5 56 10 14 14

**Communication et presse**

Carine Dall'Agnol

[c.dallagnol@mairie-bordeaux.fr](mailto:c.dallagnol@mairie-bordeaux.fr)

+33 (0)5 56 10 14 30

**Musée des Arts décoratifs et du Design**

39 rue Bouffard

33 000 Bordeaux

+33 (0)5 56 10 14 00

[madd@mairie-bordeaux.fr](mailto:madd@mairie-bordeaux.fr)

[www.madd-bordeaux.fr](http://www.madd-bordeaux.fr)





musée du  
design musée  
bordeaux des arts  
décoratifs

CHATEAU HAUT-BAILLY  
MÉCÈNE D'HONNEUR



# Convention de partenariat

## ENTRE :

**La Ville de Bordeaux - Musée des Arts décoratifs et du Design**, représenté par Monsieur Nicolas Florian, Maire de la Ville de Bordeaux, agissant aux fins des présentes par délibération ..... du Conseil municipal en date du 2 mars 2020, reçue en préfecture le .....

Ci-après désigné "le madd-bordeaux",

ET :

**L'InterContinental Bordeaux – Le Grand Hôtel**

Demeurant : 2-5 place de la Comédie, 33000 Bordeaux

Représenté par Monsieur Thomas Bourdois, en sa qualité de directeur général

Ci-après dénommé "le Grand Hôtel",

Ci-après dénommés communément "les parties".

## PREAMBULE

Le madd-bordeaux accueille à partir du 9 avril et jusqu'au 27 septembre 2020 l'exposition *Playground - Le design des sneakers*. Compte tenu de l'intérêt culturel que présente l'événement, L'InterContinental Bordeaux – Le Grand Hôtel a décidé de s'y associer.

Ceci ayant été exposé, il est arrêté et convenu ce qui suit :

### Article 1 - Objet

La présente convention vise à organiser les rapports des deux contractants à l'occasion du partenariat entre Le Grand Hôtel et le madd-bordeaux s'associant pour l'exposition *Playground - Le design des sneakers* (ci-après désignée l'Exposition).

### Article 2 - Engagements du Grand Hôtel

2.1 Le Grand Hôtel s'engage à mettre à disposition :

- **4 vitrines** dans lesquelles seront présentées des œuvres provenant des collections du madd-bordeaux. Les conditions d'installation des œuvres feront l'objet d'un contrat de prêt distinct.
- **7 chambres** au sein du Grand Hôtel **pour le 9 avril 2020**.

2.2 Le Grand Hôtel s'engage à demander l'autorisation écrite du madd-bordeaux et à le tenir informé de toute communication interne et externe qu'elle pourrait être amenée à faire sur le partenariat et plus généralement sur le madd-bordeaux.

### Article 3 - Engagements du madd-bordeaux

3.1 En contrepartie, le madd-bordeaux s'engage, dans le cadre de ce partenariat, à :

- Envoyer 10 invitations au vernissage de l'exposition *Playground – Le design des sneakers*
- Mentionner le Grand Hôtel en toutes lettres sur les supports de communication suivants :
  - ✓ **Dans le musée**  
Texte *Remerciements* à l'entrée de l'exposition  
Livret de médiation adulte
  - ✓ **Catalogue d'exposition**  
Environ 2500 exemplaires
  - ✓ **Communiqués et dossiers de presse (français et anglais)**  
Diffusion en collaboration avec l'agence de presse parisienne Claudine Colin : plus de 2 500 contacts.
  - ✓ **Vernissage de l'exposition *Playground – Le design des sneakers* au madd-bordeaux (plus de 800 personnes attendues)**  
Cartons d'invitation papier : plus de 4 000 exemplaires  
Cartons d'invitation numériques : plus de 5 000 exemplaires
  - ✓ **Programme culturel papier diffusé dans Bordeaux, Métropole et en Nouvelle-Aquitaine**  
18 000 exemplaires par trimestre (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> trimestre), soit 36 000 exemplaires.  
Diffusion dans plus de 400 points : centre-ville (lieux culturels et touristiques) + Offices de Tourisme en Nouvelle-Aquitaine
  - ✓ **Site Internet**  
Page dédiée à l'exposition.  
10 000 visiteurs en moyenne par mois / 17 500 pages vues par mois  
<http://www.madd-bordeaux.fr/>
- Mettre à disposition du Grand Hôtel 100 entrées gratuites pour le musée des Arts décoratifs et du Design.
- Mettre à disposition le terrain de basket installé durant l'Exposition dans la cour d'honneur du musée des Arts décoratifs et du Design pour une sortie interne du Grand Hôtel. La date sera déterminée ultérieurement (sous réserve de la disponibilité du terrain de basket).
- Mettre à disposition la salle de conférence du madd-bordeaux pour une journée. La date sera déterminée ultérieurement (sous réserve de la disponibilité de la salle de conférence).
- Mentionner le Grand Hôtel en qualité de restaurants et bars « partenaires », dans la section « autour du musée » sur le site internet du musée des Arts décoratifs et du Design.

3.2 Le madd-bordeaux s'engage à demander l'autorisation écrite du Grand Hôtel et à tenir informé Le Grand Hôtel de toute communication externe que le madd-bordeaux pourrait être amené à faire sur le partenariat et plus généralement sur Le Grand Hôtel.



#### **Article 4 - Clauses particulières**

Le madd-bordeaux et Le Grand Hôtel s'engagent à représenter dignement le nom et l'image de l'autre Partie. Les Parties s'interdisent notamment toute déclaration ou tout comportement en public susceptible de nuire à la réputation du partenaire.

#### **Article 5 - Dénonciation et résiliation**

Le présent contrat est susceptible de modifications à la demande de l'une ou l'autre des Parties et pourra faire l'objet d'avenants déterminant des conditions particulières d'application. En cas de non-respect par l'une ou l'autre des Parties d'une ou de plusieurs obligations mises à sa charge par le présent contrat, l'autre Partie pourra, si elle le désire, résilier ce contrat. La convention peut être dénoncée à tout moment par l'une des parties par lettre recommandée avec accusé de réception adressée à l'autre contractant.

#### **Article 6 - Compétence juridictionnelle**

En cas de litige relatif à l'interprétation ou à l'exécution du présent accord, les parties se rencontreront pour tenter de résoudre leurs différends à l'amiable et, à défaut, conviennent que les tribunaux de Bordeaux seront seuls compétents.

#### **Article 7 - Election de domicile**

Pour l'exécution des présentes, il est fait élection de domicile :

- Pour le Maire de Bordeaux, en l'Hôtel de ville, Place Pey Berland, F-330177 Bordeaux Cedex
- Pour l'InterContinental Bordeaux-Le Grand Hôtel – 2-5 Place de la Comédie -33000 Bordeaux

Fait à Bordeaux le 30 janvier 2020,  
(en deux exemplaires)

Pour Le Grand Hôtel

Pour le madd-bordeaux

Monsieur Monsieur Thomas Bourdois  
**Directeur général de l'InterContinental Bordeaux  
Le Grand Hôtel**

Monsieur Fabien Robert  
**1<sup>er</sup> adjoint au Maire de Bordeaux en charge  
de la Culture  
Vice-Président de Bordeaux Métropole**

# Convention de partenariat

## ENTRE :

**La Ville de Bordeaux - Musée des Arts décoratifs et du Design**, représenté par Monsieur Nicolas Florian, Maire de la Ville de Bordeaux, agissant aux fins des présentes par délibération ..... du Conseil municipal en date du ....., reçue en préfecture le .....

Ci-après désigné "le madd-bordeaux",

**D'une part,**

## ET :

**Keolis Bordeaux Métropole**

Demeurant : 12 boulevard Antoine Gautier 33082 Bordeaux Cedex

Représentée par Monsieur Éric Moinier, agissant en qualité de Directeur général,

Ci-après désigné "Keolis Bordeaux Métropole",

**D'autre part,**

Ci-après dénommées communément "les parties".

## **PREAMBULE**

Dans le cadre du développement des publics, le madd-bordeaux souhaite construire des partenariats avec différentes institutions. Le musée des Arts décoratifs et du Design de Bordeaux présente du 9 avril au 27 septembre 2020 l'exposition *Playground - Le design des Sneakers*. Compte tenu de l'intérêt culturel que présente l'événement, Keolis Bordeaux Métropole a décidé de s'y associer et d'y donner un large écho.

Ceci ayant été exposé, il est arrêté et convenu ce qui suit :

### Article 1 : Objet

La présente convention vise à organiser les rapports des deux contractants dans le cadre de leurs interventions respectives à l'occasion du partenariat de Keolis Bordeaux Métropole en faveur d'une mise en avant du madd-bordeaux pour la promotion de l'exposition *Playground - Le design des Sneakers* qui démarrera le 9 avril 2020.

### Article 2 : Engagements de Keolis Bordeaux Métropole

Keolis Bordeaux Métropole s'engage à communiquer sur l'exposition « Playground, le design des sneakers » via des actions de communication :

- ➔ Affichage intérieur bus sur un demi-parc
  - 35% du trafic effectué sur 79 lignes de bus
  - 440 affichettes recto/verso à la charge du madd-bordeaux
  - 860 faces visibles du 8 au 15 avril 2020
- ➔ Jeu concours sur ecomobi.fr
  - Programme de fidélité auprès de + de 28 000 inscrits.

### **Article 3 : Engagements du madd-bordeaux**

Le madd-bordeaux s'engage, à mentionner « **Le réseau TBM** » sur :

- Programme culturel papier
- Livret de médiation (français/anglais)
- Carton d'invitation pour le vernissage de l'exposition (numérique et papier)
- Site internet du madd-bordeaux

Le madd-bordeaux s'engage à prendre en charge les impressions des affiches.

Le madd-bordeaux s'engage à fournir 50 entrées gratuites du musée des Arts décoratifs et du Design.

### **Article 4 : Durée de la convention**

La présente convention est conclue pour une durée déterminée, elle prend effet à compter du 8 avril 2020 et jusqu'au 15 avril 2020 (inclus).

### **Article 5 : Clauses particulières**

Le madd-bordeaux et Keolis Bordeaux Métropole s'engagent à représenter dignement le nom et l'image de l'autre partie. Les Parties s'interdisent notamment toute déclaration ou tout comportement en public susceptible de nuire à la réputation du partenaire.

### **Article 6 : Dénonciation et résiliation**

La présente convention est susceptible de modifications à la demande de l'une ou l'autre des parties et pourra faire l'objet d'avenants déterminant des conditions particulières d'application. En cas de non-respect par l'une ou l'autre des parties d'une ou de plusieurs obligations mises à sa charge par la présente convention, l'autre partie pourra, si elle le désire, résilier la convention. La convention peut être dénoncée à tout moment par l'une des parties par lettre recommandée avec accusé de réception adressée à l'autre contractant.

### **Article 7 : Compétence juridictionnelle**

En cas de litige relatif à l'interprétation ou à l'exécution du présent accord, les parties se rencontreront pour tenter de résoudre leurs différends à l'amiable et, à défaut, conviennent que les tribunaux de Bordeaux seront seuls compétents.

### **Article 8 : Election de domicile**

Pour l'exécution des présentes, il est fait élection de domicile :

- Pour le Maire de Bordeaux, en l'Hôtel de Ville, place Pey Berland, F-33077 Bordeaux cedex
- Pour Keolis Bordeaux Métropole, au 12 boulevard Antoine Gautier 33082 Bordeaux Cedex

*Fait à Bordeaux en 2 exemplaires,  
Le 2 mars 2020*

Pour Keolis Bordeaux Métropole

Monsieur Monsieur Éric Moinier  
**Directeur général de Keolis Bordeaux Métropole**

Pour le madd-bordeaux

Monsieur Fabien Robert  
**1<sup>er</sup> adjoint au Maire de Bordeaux en charge  
de la Culture  
Vice-Président de Bordeaux Métropole**