



LaLorraine

MARCHÉ PUBLIC DE PRESTATIONS DE SERVICES

CAHIER DES CLAUSES PARTICULIÈRES

Consultation n°	02/2016
Objet du marché	ELABORATION DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2017-2021 DE LA REGION GRAND EST
Pouvoir adjudicateur	LE GROUPEMENT DE COMMANDE

SOMMAIRE

ARTICLE 1 - OBJET DU MARCHÉ.....	3
ARTICLE 2 - CONTEXTE	3
ARTICLE 3 - OBJECTIFS.....	5
ARTICLE 4 - PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA MISSION.....	6
ARTICLE 5 - EXIGENCES LIÉES AU MARCHÉ	7
5.1 - NATURE DES PRESTATIONS DEMANDÉES	7
5.2. - SPÉCIFICITÉ DE LA MISSION.....	8
5.3 - COMPÉTENCES DU TITULAIRE.....	8
ARTICLE 6 - MODALITÉ D'EXÉCUTION DES PRESTATIONS	8
6.1 - MÉTHODE	8
6.2 - CALENDRIER.....	9
6.3- PRIX DES PRESTATIONS.....	10
6.4- INDEMNITÉS EN CAS D'INEXÉCUTION OU DE MAUVAISE EXÉCUTION.....	10
6.5- MODALITÉS DE RÈGLEMENT.....	10
6.6. INFORMATION MISES À DISPOSITION DU TITULAIRE	11
6.7- RENDU DE LA MISSION.....	11
6.8- FORME DES NOTIFICATIONS.....	11
6.9-ASSURANCES.....	12
6.10- CLAUSE DE CONFIDENTIALITÉ	12
6.11- RÉSILIATION DU MARCHÉ.....	14
6.12 - DIFFÉRENDS.....	14

ARTICLE 1 - OBJET DU MARCHÉ

Le présent marché a pour objet de **désigner le prestataire qui accompagnera le groupement de commande, composé de l'Agence d'Attractivité d'Alsace, du Comité Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne et de Lorraine Tourisme, agissant au nom et pour le compte de la Région Grand Est en application des dispositions de l'article L131-7 du code du tourisme et de la convention d'objectif 2017 des 3 organisme régionaux du tourisme, dans les différentes étapes de l'élaboration et de la rédaction du schéma de développement touristique 2017-2021 de la Région Grand Est.**

Lorraine Tourisme assure le rôle de coordonnateur du groupement de commande mis en place pour le compte de la Région Grand Est.

ARTICLE 2 - CONTEXTE

La Région Grand Est

Créée le 1^{er} janvier 2016, la Région Grand Est se situe, avec 5.6 millions d'habitants et une superficie de 57 000 km², au 6^{ème} et au 4^{ème} rang des nouvelles régions françaises.

Sa croissance démographique est très faible, avec des contextes très variés de densité et d'évolution démographique entre les zones urbaines et certaines zones frontalières et les zones rurales.

La Région est forte du dynamisme et des richesses que lui apporte son positionnement géographique d'ouverture sur le bassin parisien et sur 4 pays européens.

Son offre en enseignement supérieur, ses résultats en innovation et en recherche placent le Grand Est parmi les 4 premières régions françaises dans ce domaine.

La Région est fortement connectée au territoire métropolitain et européen par les différents modes de transport. Elle est traversée par de nombreux flux de transport mais connaît des problématiques de saturation des infrastructures.

Elle est caractérisée par le poids de son agriculture et de son industrie. Le marché du travail est cependant globalement en difficulté avec une évolution de l'emploi moins favorable que la moyenne française. Le tourisme est un secteur d'activités à part entière.

La région est riche de la diversité de ses milieux naturels, de ses écosystèmes, contrastés et typiques. Elle est une mosaïque de paysages, où alternent plaines et plateaux, lacs et forêts, massif et vignobles. Ce patrimoine, fragile, fait l'objet de mesures de protection, de prévention et de valorisation. En témoignent les 6 Parcs naturels régionaux (3 en Champagne Ardenne, 1 en Lorraine et 2 en Lorraine et en Alsace) et les 25 Réserves naturelles régionales (10 en Alsace, 9 en Champagne-Ardenne et 6 en Lorraine) mises en place sur le territoire.

L'attractivité de la région tient à l'identité forte de ses territoires et terroirs, à son patrimoine historique, architectural, gastronomique, à sa vitalité sur le plan sportif et culturel.

La région est en effet une terre propice à la création et à l'expression de toutes les formes artistiques (littérature, théâtre, musiques, arts du cirque, cinéma, audiovisuel, etc.). Elle comporte donc de multiples ressources pour le touriste.

Le tourisme dans le Grand Est

Le tourisme représente une activité non négligeable dans le Grand Est :

- 13,4 millions de nuitées marchandes dans l'hôtellerie, 2,5 millions de nuitées dans les campings et 3,5 millions de nuitées dans les hébergements collectifs en 2015,
- 82 000 emplois touristiques (dont 59 600 emplois directs et 22 400 emplois induits), soit 4% des emplois en 2015,
- Les dépenses touristiques représentaient 6,1 milliards d'euros en 2015,
- Le total des investissements touristiques s'élevait à 366,6 millions d'euros en 2015.

Ce secteur d'activités présente de fortes spécificités. La clientèle étrangère est importante et la région figure au 3ème rang français pour ce ratio. En 2015 la clientèle internationale a consommé environ 25% des nuitées alsaciennes, 23% des nuitées champardennaises et 20% des nuitées lorraines.

Les activités touristiques sont très diversifiées avec de réels points forts :

- notamment au niveau patrimonial et muséographique : sites labellisés UNESCO,
- monuments historiques, musées,
- oenotourisme et gastronomie,
- santé et bien-être,
- tourisme de montagne, urbain et rural,
- cyclotourisme : plusieurs Euro Vélo Routes,
- écotourisme,
- tourisme de mémoire,
- tourisme d'affaires.

Plusieurs destinations sont de renommée mondiale (Alsace, La Champagne, Verdun champ de bataille).

Cadre légal du développement touristique

La loi NOTRe du 7 août 2015 portant sur la nouvelle organisation de la République prévoit que le tourisme reste une compétence partagée entre les communes, les EPCI, les Départements et les Régions (art. 104) et renvoie aux dispositions du Code du Tourisme.

Dans le cadre de la loi NOTRe, à la différence du Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation, le Schéma Régional du Développement du Tourisme n'a pas de caractère prescriptif. Le tourisme interroge la capacité des acteurs à travailler collectivement, au service de la Région. De nombreux acteurs sont concernés par le développement des activités touristiques : les collectivités territoriales, les acteurs publics comme privés, les citoyens eux-mêmes. Le succès du schéma dépendra de la capacité des professionnels du tourisme à le construire ensemble.

Orientations politiques régionales.

Le tourisme représente 7,5 % du PIB français ; près de deux millions d'emplois non délocalisables ; une dizaine de milliards d'euros en positif pour le solde commercial du pays chaque année. Au-delà de cet apport économique considérable, le tourisme est un formidable vecteur de rayonnement.

La Région, par son positionnement géographique privilégié, par ses habitants et ses entreprises et par son projet politique est ouverte à l'international, notamment au niveau européen.

Le secteur touristique, en expansion, voit la compétition se renforcer entre les destinations ce qui doit inciter la Région Grand Est à redoubler d'efforts pour développer l'excellence des différentes destinations qui la composent.

Cela suppose une plus grande professionnalisation des acteurs pour un accueil touristique toujours plus performant, de l'innovation notamment dans le secteur numérique et la montée en gamme de l'offre pour répondre aux exigences toujours plus grandes de la clientèle. Ce message d'excellence que les professionnels du tourisme incarnent doit être accompagné par le Conseil Régional.

Il est également important de travailler à une harmonisation de la qualité et de la diversité de l'offre afin de maintenir un niveau de satisfaction égal de nos visiteurs sur l'ensemble du territoire régional. Le tourisme concourt largement à l'attractivité globale du territoire régional.

Les axes de déplacements touristiques (véloroutes voies vertes, voies fluviales) et l'offre d'hébergement constituent également des chantiers prioritaires en termes d'équilibre territorial et d'exigence de qualité de l'offre.

La stratégie de promotion touristique s'appuie sur la notoriété des marques de destination que constituent l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, la Lorraine et le Massif des Vosges et qui peuvent constituer le socle d'un portefeuille de marques régionales.

Le choix a été fait, à ce stade, de s'appuyer sur les 3 organismes régionaux du tourisme pour les missions de promotion des destinations avec un objectif de recherche de synergies.

Le schéma de développement du tourisme de la Région Grand Est a vocation à s'articuler avec le Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) qui a un caractère prescriptif pour tout ce qui touche au domaine de l'aide aux entreprises ainsi qu'avec le Schéma Régional d'Aménagement, de Développement Durable et d'Egalité du Territoire (SRADET).

Il nécessitera un travail en commun avec les départements, communes et EPCI afin d'articuler au mieux les compétences de chacun au service du développement touristique.

ARTICLE 3 - OBJECTIFS

Les stipulations du présent cahier des charges concernent une mission d'assistance (étude, conseil, mise en œuvre et accompagnement) dans les domaines stratégique, juridique, organisationnel, financier, pour la rédaction du Schéma de développement du tourisme 2017-2021 de la région Grand Est.

La mission traitera les sujets de l'offre touristique (développement et promotion), de la demande, de l'attractivité du territoire régional, de son rayonnement à l'échelle internationale et de l'organisation des acteurs pour faire exister, à l'issue de la mise en œuvre du schéma régional de développement touristique, une véritable image touristique de la région Grand Est.

Le titulaire prendra en compte les travaux de diagnostic menés sur les différents territoires lors de la rédaction des précédents schémas régionaux de développement touristique ainsi que les orientations du schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII) en cours d'élaboration.

Le marketing territorial pourra faire l'objet de propositions spécifiques en articulation avec les propositions du SRDEII.

L'étude mettra en évidence et décrira les enjeux et actions à réaliser :

- au niveau régional (Grand Est) permettant de déployer les synergies et effets de masse attendus suite à la création de la nouvelle Région. Des thématiques et projets prioritaires de niveau régional ainsi que des clientèles cibles en seront la traduction,
- au niveau des destinations touristiques que représentent l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, la Lorraine et le Massif des Vosges en articulation avec les stratégies touristiques des départements, agglomérations et territoires. L'économie touristique régionale repose en effet sur la notoriété et l'organisation de ces destinations dont il s'agit de préserver et développer l'attractivité.

Les maîtres mots de la stratégie visée sont l'excellence (professionnalisme des acteurs, innovation, e-tourisme, montée en gamme de l'offre en réponse à la demande) l'harmonisation des pratiques, et l'attractivité du territoire régional.

L'évolution de l'organisation et de la gouvernance du tourisme régional pour mettre en œuvre objectifs et actions devra faire l'objet de propositions.

Les actions à mettre en œuvre seront classées en fonction de leur priorité et des moyens de la Région Grand Est.

La mobilisation des professionnels du tourisme autour du schéma est indispensable à son appropriation. Le tourisme est une compétence partagée. L'élaboration du schéma doit être l'occasion d'amplifier les partenariats en créant les lieux d'échange, en identifiant les priorités partagées et en proposant des modalités pragmatiques de mise en œuvre associant acteurs publics et privés qui y contribuent.

ARTICLE 4 - PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA MISSION

La mission à réaliser comporte :

Etape 1 : un état des lieux, une analyse et une mise en évidence des enjeux du tourisme régional (qualification de la demande, adéquation de l'offre avec la demande actuelle et future, organisation, positionnement concurrentiel, nouvelles pratiques et attentes de la clientèle).

L'état des lieux sera établi à partir d'une actualisation des états des lieux précédemment dressés à l'échelle de l'Alsace, de la Champagne Ardenne et de la Lorraine, complétée par une analyse des couples marchés/produits de façon à placer la clientèle au centre de la stratégie régionale.

L'état des lieux portera sur :

- la description et l'analyse de l'offre et de l'économie touristique au regard du positionnement concurrentiel des destinations et filières touristiques de la Région Grand Est et de la demande actuelle et future de la clientèle,
- la description et l'analyse de l'environnement global dans lequel interviennent les acteurs touristiques : géographie, infrastructures et services, patrimoine et culture, notoriété, place du tourisme dans l'économie ...
- la description et l'analyse de l'organisation touristique du territoire régional et de ses destinations (acteurs institutionnels, privés, partenariats).

Les enjeux suivants seront mis en évidence :

- enjeux de positionnement de niveau régional et du niveau des destinations touristiques régionales au regard des marchés cibles, de l'offre et de la stratégie actuelle dans les territoires du Grand Est ainsi que du positionnement des territoires concurrents : aménagement du territoire, filières et hébergement, approche clientèle, qualité de l'offre,
- enjeux en matière organisationnelle et de gouvernance entre les acteurs qui exercent la compétence touristique et avec les professionnels.

Le diagnostic aboutira à la mise en évidence de choix à effectuer pour l'élaboration de la stratégie de positionnement et de développement touristique de la région Grand Est et de ses destinations.

Etape 2 : la définition des orientations et objectifs à atteindre et de la stratégie à mettre en œuvre en matière d'investissement, d'accompagnement des acteurs, de promotion et d'organisation sur la période 2017-2021

Les enjeux identifiés et les choix effectués à l'issue du diagnostic seront traduits dans une vision prospective du développement touristique en Région Grand Est qui sera partagée avec les différents acteurs concernés.

Ces orientations seront traduites en objectifs réalistes et quantifiés pour le développement touristique de la Région Grand Est au regard :

- des moyens qui pourront être mobilisés,
- des marchés touristiques prioritaires,
- des priorités d'excellence et d'attractivité de la Région Grand Est,
- de la mobilisation des acteurs,
- de la compétence tourisme et de sa répartition entre les acteurs.

Les objectifs seront de niveau régional et territorial (destinations touristiques) et porteront sur l'investissement, l'accompagnement des acteurs, la promotion et l'organisation.

Etape 3 : la déclinaison de la stratégie en un plan d'actions détaillé et opérationnel pour la période 2017 – 2021

Le plan d'actions définira à court, moyen et long terme les mesures à adopter pour atteindre les objectifs de compétitivité, d'excellence et d'harmonisation ambitionnés.

Il impliquera et responsabilisera les différents acteurs concernés.

Le plan d'actions dépendra des choix qui auront été effectués et portera potentiellement sur l'investissement touristique (hébergement, aménagement ...), la formation et la mise en réseau, la qualification, la promotion et l'observation touristique.

Les modalités de suivi et d'évaluation devront utilement être précisées ainsi qu'une liste d'indicateurs.

ARTICLE 5 - EXIGENCES LIÉES AU MARCHÉ

5.1 - NATURE DES PRESTATIONS DEMANDÉES

L'ensemble de la mission est réalisé en lien permanent avec Lorraine Tourisme, coordonnateur du groupement de commande et le Service tourisme de la Région Grand Est.

Les missions générales demandées sont les suivantes :

- expertise et conseil,
- étude complémentaire marché / produit,
- concertation physique et dématérialisée,
- animation de réunions : comités de pilotage, réunions par destination touristique et par thématique à l'échelle régionale,
- prise de notes, compte-rendu et rédaction.

5.2. - SPÉCIFICITÉ DE LA MISSION

Dans un souci de qualité, le titulaire du marché s'attachera à respecter les règles suivantes :

- respecter un calendrier contraint,
- être exhaustif dans ses recommandations et fournir toutes les informations objectives nécessaires au maître d'ouvrage pour décider des suites à donner,
- privilégier l'approche clientèle dans la réflexion stratégique avec une véritable analyse de la demande touristique dans le diagnostic.

5.3 - COMPÉTENCES DU TITULAIRE

Le groupement de commandes souhaite n'avoir qu'un seul interlocuteur. Dans le cas où la personne désignée n'est plus en mesure de remplir sa mission, le remplaçant devra être agréé par le groupement.

Afin de mener à bien son étude, le maître d'ouvrage souhaite que le titulaire s'entoure de personnes compétentes et qualifiées dans les domaines suivants :

- tourisme,
- politique d'investissement touristique,
- réalisation de documents stratégiques,
- études de clientèles, connaissance des marchés,
- marketing direct, éditions, promotion, promotion commerciale, presse ... ,
- connaissance et expérience du fonctionnement des Régions notamment dans les domaines du développement économique et du développement touristique,
- évaluation de politiques publiques,
- mise en œuvre de stratégies touristiques partenariales.

ARTICLE 6 - MODALITÉ D'EXÉCUTION DES PRESTATIONS

6.1 - MÉTHODE

La méthodologie à mettre en œuvre sera participative s'agissant d'une réflexion stratégique impliquant un grand nombre d'acteurs. Les différents acteurs publics de niveau régional, départemental, territorial et local seront associés. Il en est de même des acteurs privés concernés.

Elle devra prendre en compte de façon pragmatique la taille de la Région et les différences d'organisation et de pratiques préexistantes à la création de la Région.

Aussi des outils collaboratifs de partage de l'information et de concertation physiques et dématérialisés devront être proposés :

- Un **comité technique** composé du Service tourisme de la Région Grand Est et des Directeurs des organismes membres du groupement de commande.

Il sera mis en place pour le suivi de la mission. Une réunion mensuelle sera prévue avec le comité technique durant toute la durée de la mission. Elle pourra être envisagée en conférence téléphonique. Un point téléphonique hebdomadaire associant le coordonnateur du groupement de commande et le service tourisme de la Région devra être prévu.

- Un **comité stratégique restreint** composé de la Région Grand Est et de représentants élus des membres du groupement de commande. Il sera mis en place pour le démarrage de la mission et pour valider les trois étapes de la mission à savoir l'état des lieux, la stratégie et la déclinaison de la stratégie en plan d'actions.
- Un **comité stratégique élargi** associera les acteurs touristiques publics et privés partenaires de la Région Grand Est (Départements, EPCI, socioprofessionnels, etc).

Ces comités seront pilotés et animés par le titulaire du marché qui fera une proposition en termes de nombre de réunions, de lieux de réunion ainsi que de méthodologie à employer pour associer, en tant que de besoin, des partenaires et acteurs touristiques extérieurs aux comités.

6.2 - CALENDRIER

La durée de validité du marché court à compter de sa notification jusqu'au 31 mars 2018.

Le déroulement et le calendrier sont les suivants :

Dès la notification du marché : constitution des comités stratégiques et du comité technique, transmission des documents.

Dans les 15 jours suivants la notification du marché :

- **Une réunion du comité technique** pour cadrer la mission dès l'attribution du marché effective **et une réunion du comité stratégique restreint.**

Un à deux mois après la notification du marché :

- **Trois réunions de lancement des travaux**, une pour chaque territoire des anciennes régions, **en comité stratégique élargi** associant les acteurs des destinations touristiques concernés, **en mars 2017.**
Un appel à manifestation d'intérêt pourra être lancé auprès des sites touristiques des territoires pour l'organisation de ces réunions.
- **Une réunion en comité stratégique restreint devra valider chaque étape** de l'élaboration du schéma.

Démarrage de la mission :

- **Etape 1** : état des lieux, analyse et mise en évidence des enjeux du tourisme régional (3 mois après la notification du marché - remise du rapport d'état des lieux),
 - **Etape 2** : définition des orientations et objectifs à atteindre et de la stratégie à mettre en œuvre en matière d'investissement, d'accompagnement des acteurs, de promotion et d'organisation sur la période 2017-2021 (6 mois après la notification du marché - remise du rapport de positionnement et d'orientations),
 - **Etape 3** : déclinaison de la stratégie en un plan d'actions détaillé et opérationnel pour la période 2017 – 2021 (au plus tard 9 mois après la notification du marché - rendu final de la mission présentant la stratégie de développement et le plan d'action détaillé),
 - **1 réunion de pré-restitution du livrable final en septembre 2017.**
- **Une réunion de restitution politique du schéma en comité stratégique élargi en novembre 2017** avant son vote en assemblée régionale.
 - **Une communication officielle de lancement du schéma en fin de mission (1^{er} trimestre 2018) devant les élus et partenaires tourisme Grand Est.**

6.3- PRIX DES PRESTATIONS

Le candidat devra impérativement produire à l'appui de l'acte d'engagement la décomposition du prix global et forfaitaire de l'ensemble des prestations.

Les prix communiqués par le prestataire sont réputés comprendre l'ensemble des frais résultant des prestations ainsi que la cession des droits.

Les prix sont réputés fermes et non révisables.

6.4- INDEMNITÉS EN CAS D'INEXÉCUTION OU DE MAUVAISE EXÉCUTION

Les délais contractuels sont ceux relatifs au rendu de chaque étape de la mission : rapport d'état des lieux, rapport de positionnement et d'orientations, rendu final de la mission.

En cas de non-respect des délais contractuels, le groupement de commandes pourra appliquer, après mise en demeure préalable, des pénalités s'élevant à 100 € nets de TVA par jour calendaire de retard.

6.5- MODALITÉS DE RÈGLEMENT**Présentation des factures**

Toutes les factures seront établies au nom de :

Lorraine Tourisme
 Abbaye des Prémontrés – BP 97
 54074 PONT A MOUSSON Cedex

Les factures afférentes aux paiements sont établies en un original et deux copies sur papier à en-tête du prestataire et doivent comporter l'ensemble des mentions légales et réglementaires suivantes :

- le nom et l'adresse du créancier,
- le montant hors TVA des prestations et le montant de la TVA,
- le montant total des prestations exécutées,
- le détail des prestations,
- la date d'établissement de la facture,
- le tarif forfaitaire et le tarif des prestations supplémentaires demandées par le groupement de commandes conformément au bordereau des prix.

Outre ces mentions, la facture comportera :

- le numéro du compte bancaire ou postal à créditer,
- la référence du bon de commande.

Règlement du prestataire

Le prestataire sera réglé par chèque ou virement après la réalisation des prestations de services et des fournitures dans un délai **de 30 jours fin de mois à compter de l'émission de la facture.**

Le cas échéant, le versement d'un acompte peut être prévu pour la réalisation des prestations.

6.6. INFORMATION MISES À DISPOSITION DU TITULAIRE

Les informations mises à la disposition du titulaire sont :

- les précédents schémas de développement touristique de l'Alsace, de la Champagne Ardenne et de la Lorraine,
- les données collectées et traitées par les observatoires du tourisme,
- les stratégies développées dans le cadre des contrats de destination Atout France (« La Champagne », « Massif des Vosges », « Alsace » et « Centenaire de la Grande Guerre »)
- tout document utile à la mission dont disposerait le Conseil Régional Grand Est, Lorraine tourisme, l'Agence d'Attractivité d'Alsace ou le CRT Champagne Ardenne.

6.7- RENDU DE LA MISSION

Le titulaire du présent marché devra rendre les livrables suivants :

- un rapport d'état des lieux,
- un rapport de positionnement et d'orientations,
- un rapport final reprenant l'état des lieux et présentant la stratégie de développement et le plan d'action détaillé.

Les documents de travail tout comme le rendu final de la mission devront être compatibles avec les logiciels de la suite Microsoft Office.

6.8- FORME DES NOTIFICATIONS

Le groupement de commandes et le titulaire du marché conviennent d'un commun accord de donner valeur probante aux communications échangées par voie électronique. Les cocontractants en accuseront réception par le même canal.

Lorraine tourisme pourra notifier via l'adresse électronique valide communiquée par le titulaire en début de marché tout courriel nécessaire à la bonne exécution du présent marché.

La date et l'heure d'accusé de réception du message électronique est retenue comme date de notification et sert de point de départ aux délais contractuels.

6.9-ASSURANCES

Le titulaire est tenu de souscrire, avant tout commencement d'exécution, une police de responsabilité civile professionnelle couvrant les conséquences pécuniaires de dommages de toutes natures, corporels, matériels ou immatériels causés aux tiers soit par le personnel salarié en activité de travail (ou par le matériel d'entreprise ou d'exploitation) soit du fait des fournitures ou prestations.

Le titulaire est responsable des prestations jusqu'à leur livraison. En aucun cas, le titulaire ne peut se retrancher derrière la défaillance ou la faute de ses préposés, ses sous-traitants, fournisseurs pour atténuer ou supprimer sa responsabilité.

En cas de sinistre, le titulaire prend définitivement à sa charge le montant des franchises éventuelles prévues dans les polices qu'il a souscrites. Les franchises devront être en adéquation avec la surface financière de chaque souscripteur du contrat d'assurance.

Pour l'exercice de la responsabilité prévue au présent article, le titulaire est subrogé aux droits de la région contractante pour la mise en jeu de la responsabilité éventuelle des tiers.

Le groupement de commandes peut, 5 jours après mise en demeure restée sans résultat, soit prendre les polices prévues aux frais du titulaire, soit prononcer la résiliation du marché aux frais et risques de celui-ci.

6.10- CLAUSE DE CONFIDENTIALITÉ

Le titulaire du marché mettra à disposition du groupement de commandes un moyen sécurisé pour la transmission des données et l'échange de documents.

a) Obligations de discrétion et de confidentialité

Le titulaire est tenu, ainsi que l'ensemble de son personnel et, le cas échéant, ses sous-traitants et ses fournisseurs, à l'obligation de confidentialité, pour tout ce qui concerne les faits, informations, études et décisions dont il a ou aura eu la connaissance durant l'exécution du marché. Il s'interdit, notamment, toute communication écrite ou verbale sur ces sujets et toute remise de documents à des tiers sans l'accord préalable du groupement de commandes.

Le titulaire se porte garant auprès du groupement de commande du fait que les personnels sont astreints aux présentes obligations de confidentialité. Dans l'hypothèse où ceux-ci ne respecteraient pas cette obligation, le groupement de commandes ne considérera comme seul responsable que le titulaire, en vertu de l'article 1384 du Code Civil.

b) Traitement des données à caractère personnel

Les supports informatiques fournis le cas échéant par le groupement de commandes et tous documents de quelque nature qu'ils soient résultant de leur traitement par le titulaire du marché restent la propriété du groupement de commandes.

Les informations contenues dans ces supports et documents sont strictement couvertes par le secret professionnel (article 226.13 du code pénal). Conformément à l'article 34 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, le titulaire s'engage à prendre toutes précautions utiles afin de préserver la sécurité des informations et notamment d'empêcher qu'elles soient déformées, endommagées ou communiquées à des personnes non autorisées.

Le titulaire s'engage donc à respecter, de façon absolue, les obligations suivantes et à les faire respecter par son personnel et ses sous-traitants, c'est-à-dire notamment à :

- ne prendre aucune copie des documents et supports d'informations confiés au titulaire et utilisés par le titulaire à l'exception de celles nécessaires pour les besoins de l'exécution de sa prestation, objet du présent contrat,
- ne pas utiliser les documents et informations traités à des fins autres que celles spécifiées au présent contrat,
- ne pas divulguer ces documents ou informations à d'autres personnes, qu'il s'agisse de personnes privées ou publiques, physiques ou morales,
- prendre toutes mesures permettant d'éviter toute utilisation détournée ou frauduleuse des fichiers informatiques en cours d'exécution du contrat,
- prendre toutes mesures, notamment de sécurité matérielle, pour assurer la conservation des documents et informations traités tout au long de la durée du présent contrat.

En fin de contrat, le titulaire du marché a l'obligation de procéder au transfert de toutes ses informations et documents associés à Lorraine Tourisme et à la destruction de tous fichiers manuels ou informatisés stockant les informations récoltées pendant la durée du marché.

Le titulaire s'engage à ne pas effectuer de flux transfrontaliers hors UE des données à caractère personnel, qui pourraient lui être communiquées par le groupement de commandes dans le cadre d'une opération de traitement.

Le groupement de commandes se réserve le droit de procéder à toute vérification qui lui paraîtrait utile pour constater le respect des obligations précitées par le titulaire.

Il est rappelé que, en cas de non-respect des dispositions précitées, la responsabilité du titulaire peut également être engagée sur la base des dispositions des articles 226-17 et 226-5 du code pénal.

Le groupement de commandes pourra prononcer la résiliation immédiate du contrat, sans indemnité en faveur du titulaire, en cas de violation du secret professionnel ou de non-respect des dispositions précitées.

Pour sa part, le groupement de commandes s'engage à maintenir confidentielles les informations, signalées comme telles, qu'il aurait pu recevoir du titulaire.

6.11- RÉSILIATION DU MARCHÉ

Le groupement de commandes peut à tout moment mettre fin à l'exécution des prestations faisant l'objet du marché avant l'achèvement de celles-ci, soit :

- à la demande du titulaire uniquement lorsque le titulaire rencontre au cours de l'exécution des prestations, des difficultés techniques particulières dont la solution nécessiterait la mise en œuvre de moyens hors de proportion avec le montant du marché, ou lorsqu'il est mis dans l'impossibilité d'exécuter le marché du fait d'un événement ayant le caractère de force majeure.

En cas de résiliation pour faute (Cf. supra) ou en cas d'inexécution par ce dernier d'une prestation qui, par sa nature, ne peut souffrir aucun retard, Lorraine Tourisme se réserve la possibilité de faire procéder par un tiers à l'exécution de prestations prévues au marché, aux frais et risques du titulaire, conformément au cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de fournitures courantes et de services (C.C.A.G.-FCS) dernière version au jour de la signature du titulaire

La résiliation du marché ne fait pas obstacle à l'exercice des actions civiles ou pénales qui pourraient être intentées contre le titulaire à raison de ses fautes.

6.12 - DIFFÉRENDS

Le groupement de commandes et le titulaire s'efforceront de régler à l'amiable tous les différends qui pourraient survenir lors de l'exécution du présent marché, soit directement, soit selon la procédure de règlement des litiges telle que prévue au chapitre VI du décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

En cas de litige sur l'interprétation ou l'exécution du présent marché, le litige sera tranché par le Tribunal de Grande Instance de Nancy et ce même en cas de référé, de pluralité de défendeurs ou d'appel en garantie, étant rappelé que le marché est soumis aux règles de droit privé.