

MARCHÉ DE PRESTATIONS DE SERVICES ET DE FOURNITURES

ACCORD CADRE

CAHIER DES CLAUSES PARTICULIÈRES (CCP)

Marché passé sous la procédure adaptée

Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux
marchés publics et Décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif
aux marchés publics

Autorité adjudicatrice

LORRAINE TOURISME

Objet du marché

**ACHAT D'ESPACE MULTI-MARCHES POUR LES CAMPAGNES
DE COMMUNICATION « VOYAGES EN LORRAINE » ET « PASS LORRAINE »**

Date limite de réception des offres

Le 17 février 2017 à 12h00

Le présent document comprend DIX SEPT (17) feuillets.

SOMMAIRE

ARTICLE 1 - OBJET DU MARCHÉ	3
ARTICLE 2 – PIÈCES CONTRACTUELLES.....	3
2.1 PIÈCES PARTICULIÈRES	3
2.2 PIÈCES GÉNÉRALES	3
ARTICLE 3 – FORME ET DURÉE DU MARCHÉ	3
ARTICLE 4 – CONTENU TECHNIQUE DE L'OFFRE ET MODALITÉS D'EXÉCUTION DES PRESTATIONS.....	4
4.1. PRESENTATION DU CONTEXTE DE COMMUNICATION	4
4.2. DESCRIPTIF DES PRESTATIONS AFFÉRENTES AU LOT N°1 : « ACHAT D'ESPACE EN FRANCE ET EN BELGIQUE POUR LA CAMPAGNE VOYAGES EN LORRAINE »	7
4.3. DESCRIPTIF DES PRESTATIONS AFFÉRENTES AU LOT N°2 : « ACHAT D'ESPACE EN ALLEMAGNE POUR LA CAMPAGNE VOYAGES EN LORRAINE »	9
4.4. DESCRIPTIF DES PRESTATIONS AFFÉRENTES AU LOT N°3 : « ACHAT D'ESPACE EN LORRAINE POUR LA CAMPAGNE PASS LORRAINE »	11
ARTICLE 5 – MODALITÉS DE RÈGLEMENT.....	12
5.1 PRÉSENTATION DES FACTURES.....	12
5.2 RÈGLEMENT DU PRESTATAIRE.....	13
ARTICLE 6 – DROITS DU TITULAIRE	13
ARTICLE 7 – DISPOSITIONS GÉNÉRALES	13
7.1 PORTÉE DES PRÉSENTES CLAUSES DU CAHIER DES CLAUSES PARTICULIÈRES.....	13
7.2 CONFIDENTIALITÉ.....	13
7.3 MAUVAISE EXÉCUTION DES PRESTATIONS	14
7.4 INDEMNISATION EN CAS D'INEXÉCUTION OU DE MAUVAISE EXÉCUTION	14
7.5 SOUS-TRAITANCE	14
7.6 RÉSILIATION.....	14
7.7 ABSENCE DE RENONCIATION TACITE	15
7.8 REDRESSEMENT OU LIQUIDATION	15
7.9 ASSURANCES	16
7.10 FORCE MAJEURE.....	16
7.11 RÈGLEMENT DES LITIGES	16
7.12 INVALIDITÉ D'UNE CLAUSE - INTERPRÉTATION	16
7.13 MODIFICATION DU MARCHÉ	17
7.14 DÉROGATION AU CCAG PI.....	17
ARTICLE 8 – LISTE DES ANNEXES.....	17

ARTICLE 1 - OBJET DU MARCHÉ

Le marché concerne une mission d'achat d'espace multi-marchés pour Lorraine Tourisme dans le cadre de ses deux principales campagnes de communication en 2017 : « Voyages en Lorraine » et « Pass Lorraine ».

Les prestations devront être assurées conformément au contenu technique tel que décrit ci-après à l'article 4 du présent CCP intitulé "Contenu technique de l'offre et modalités d'exécution des prestations".

ARTICLE 2 – PIÈCES CONTRACTUELLES

2.1 PIÈCES PARTICULIÈRES

Les pièces particulières constitutives du marché sont les suivantes, par ordre de priorité décroissante :

- l'Acte d'Engagement (AE) et ses annexes,
- le Bordereau des Prix (BP),
- les attestations ou documents prévus à l'article 45 de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics, concernant les interdictions de soumissionner,
- Le présent Cahier des Clauses Particulières (C.C.P.),
- Le cas échéant, les actes spéciaux de sous-traitance et leurs avenants, postérieurs à la notification du marché
- Les documents complémentaires éventuels mentionnés dans le CCP.

2.2 PIÈCES GÉNÉRALES

Les pièces générales constitutives du marché sont les suivantes, par ordre de priorité décroissante :

- L'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics et le décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.
- Le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de prestations intellectuelles (CCAG – PI), en vigueur lors du mois d'établissement des prix, pour les articles auxquels il n'est pas dérogé par les dispositions contractuelles du présent marché, option B

En cas de contradiction entre les pièces constitutives du marché, les pièces particulières prévalent sur les pièces générales et les pièces prévalent dans l'ordre dans lequel elles sont énumérées ci-avant.

Le marché sera soumis au droit privé.

ARTICLE 3 – FORME ET DURÉE DU MARCHÉ

Le présent accord cadre est un marché de prestations de service et de fournitures.

L'accord cadre est passé sous la forme d'une procédure adaptée en vertu de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics et du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics (article 27) avec une phase de négociation facultative.

Ce marché est conclu sous la forme d'un accord cadre à bon de commande mono attributaire.

Les prestations, objet du marché, sont décomposées en trois lots :

- **Lot n°1** : Achat d'espace en France et en Belgique pour la campagne "Voyages en Lorraine"
- **Lot n°2** : Achat d'espace en Allemagne pour la campagne "Voyages en Lorraine"
- **Lot n°3** : Achat d'espace en Lorraine pour la campagne "Pass Lorraine"

L'ensemble des lots comporte uniquement une tranche ferme.

Pour chaque lot, l'accord cadre sera attribué à un unique opérateur économique.

L'ensemble des prestations devra être chiffré par les candidats. Ces derniers s'engagent à réaliser l'ensemble des prestations en conformité avec le présent CCP.

Toute modification devra être justifiée et recevoir au préalable l'accord écrit de Monsieur le Président de Lorraine Tourisme.

Les prestations devront être exécutées selon le planning décrit dans le CCP.

Les délais de réalisation des prestations (ou de livraison des fournitures) sont ceux prévus par le présent CCP.

Tout retard de réalisation emportera application de pénalités prévues à l'article 7.4.

ARTICLE 4 – CONTENU TECHNIQUE DE L'OFFRE ET MODALITÉS D'EXÉCUTION DES PRESTATIONS

4.1. PRESENTATION DU CONTEXTE DE COMMUNICATION

En 2017, Lorraine Tourisme souhaite positionner l'ensemble de son écosystème digital comme un véritable média de référence de la destination touristique et renforcer sa position en tant que spécialiste du voyage et des vacances en Lorraine.

Dans cette optique, elle pilotera les deux grandes campagnes de communication suivantes :

LA CAMPAGNE « VOYAGES EN LORRAINE »

C'est la campagne phare de Lorraine Tourisme.

Elle a pour finalité de positionner et de faire reconnaître la Lorraine comme une grande destination de voyage, au même niveau que des destinations de renom.

2 objectifs principaux :

- Augmenter la notoriété de la destination « La Lorraine » en s'appuyant sur ses sites emblématiques.
- Générer du trafic vers l'espace web de la campagne grâce au déploiement d'une stratégie de contenu éditorial.

La cible

Les couples qui voyagent sans enfant et qui disposent de revenus moyens à supérieurs. Ils sont francophiles et prennent le temps de vivre à la française. En quête d'art de vivre et de rencontres, ils aiment découvrir, explorer un territoire, sa culture, son terroir et ses habitants.

Ils habitent d'abord à l'étranger en Allemagne, aux Pays-Bas ou en Belgique mais aussi dans le grand quart nord-est de la France ainsi qu'à Paris.

Période de communication 2017

Du 1er mai au 31 décembre 2017

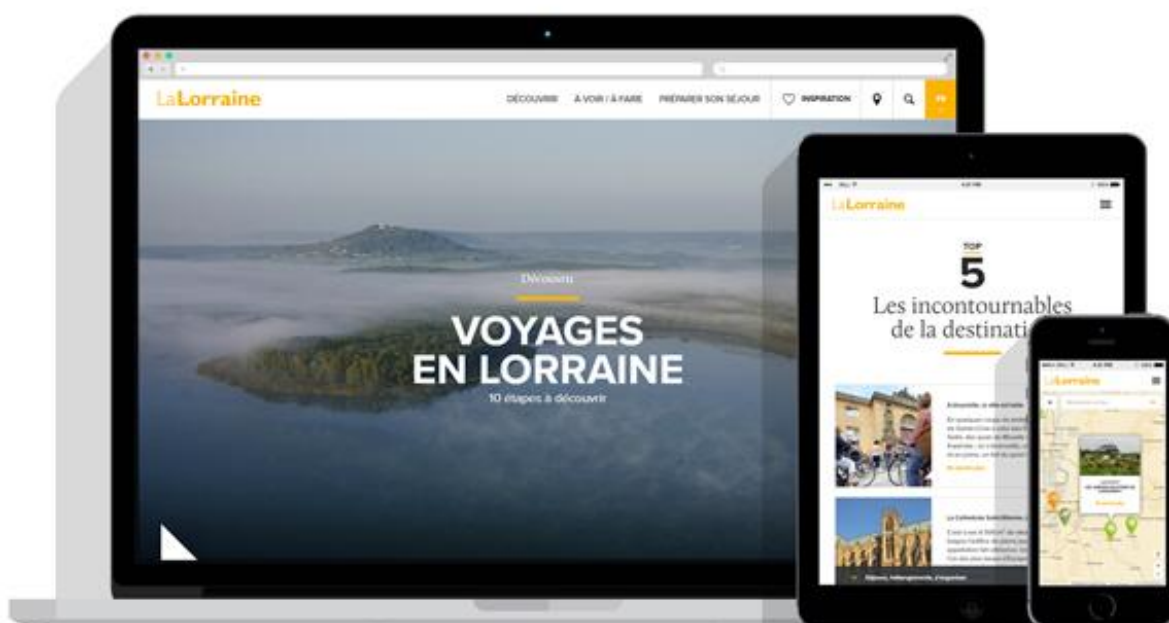
Le concept publicitaire

Le parti pris de Voyages en Lorraine est de convaincre par l'image (photos et vidéos) afin de poser une vision sincère et sans complexe de la destination : des images authentiques sans artifice qui éblouissent, interpellent et font rêver. Le mot d'ordre est la simplicité : pas de texte qui parasite l'image et qui limiterait la portée du voyage, pas de surenchères de mots et d'expressions publicitaires surutilisées (« Découverte », « Echappez-vous »...).

Voyages en Lorraine, c'est la promesse d'un grand voyage en Lorraine. C'est simple, c'est explicite et déclinable facilement dans toutes les langues.

Le support de communication

Le portail www.tourisme-lorraine.fr en 4 langues.



LA CAMPAGNE PASS LORRAINE

La campagne « Pass Lorraine » est menée et animée par Lorraine Tourisme depuis plus de 20 ans.

Grâce au Pass Lorraine, une carte gratuite intemporelle, le visiteur accompagné de ses amis ou famille bénéficie de tarifs préférentiels dans plus de 200 sites touristiques et restaurants en Lorraine.

Pour se procurer la carte, deux solutions :

- La commander sur le site de la campagne www.passlorraine.com
- La récupérer dans l'un des 70 offices de tourisme distributeurs

Les objectifs

- Faire connaître et accroître la notoriété du dispositif Pass Lorraine en Lorraine
- Augmenter le nombre de détenteurs de la carte Pass Lorraine

Cibles

1. En priorité, les habitants de Lorraine qui sont à la recherche de bons plans
2. Les habitants d'Alsace et de Champagne-Ardenne
3. Les touristes qui sont en Lorraine

Message de la communication

Le Pass Lorraine, le pass gratuit pour découvrir la Lorraine à prix réduits.

En savoir + : <http://pro.tourisme-lorraine.fr/actions/communication/campagne-pass-lorraine/>

Période de communication

Du 1er avril au 31 décembre 2017

Les supports de la campagne

- Une carte PVC intemporelle
- Un espace web dédié www.passlorraine.com
- Une carte Z annuelle en 2 langues présentant les offres spéciales de chaque partenaire
- Une page Facebook en français qui diffuse tout au long de l'année des offres spéciales <https://www.facebook.com/passlorraine/>

Les chiffres clefs de la campagne en 2016

- 114 271 abonnés dont 70 % de Lorrains
- Plus de 160 sites et restaurants partenaires, 70 offices de tourisme distributeurs
- Plus de 22 000 fans de la page Facebook avec 97 offres spéciales diffusées en 2016

4.2. DESCRIPTIF DES PRESTATIONS AFFÉRENTES AU LOT N°1 : « ACHAT D'ESPACE EN FRANCE ET EN BELGIQUE POUR LA CAMPAGNE VOYAGES EN LORRAINE »

4.2.1 Détail des prestations

4.2.1.1 Achat d'espace pour la campagne *Voyages en Lorraine en France et en Belgique*

Le lot 1 concerne l'achat d'espace pour la campagne « Voyages en Lorraine » en France (uniquement Ile-de-France, Grand Est et Haut-de-France) et en Belgique.

Les travaux suivants sont attendus :

- Conseil et propositions d'un plan media tenant compte des impératifs temporels, budgétaires et de cibles de la campagne « Voyages en Lorraine », basé sur des partenariats forts :
 - avec un ou plusieurs supports de la presse-magazine impliquant une visibilité tout au long de l'année (plusieurs insertions dans le même support),
 - avec un ou plusieurs sites de voyages permettant notamment de valoriser nos offres hôtelières et de séjours,
 - avec des plateformes web à forte audience permettant la diffusion de nos vidéos publicitaires.

Le saupoudrage des actions et/ou une stratégie one-shot sont à éviter.

- Proposition d'au moins deux scénarios de plans média possibles
- Négociation et achat d'espaces
- Suivi de campagne et rédaction des bilans
- Réalisation d'un retroplanning global

Les orientations stratégiques devront être explicitées de manière claire.

L'agence sera responsable :

- De l'achat d'espaces sur les différents supports retenus
- Du respect du planning (deadlines)
- Du suivi des actions publicitaires
- Du bilan des actions.

4.2.1.2 Les contraintes

Les propositions d'actions qui ne rentrent pas dans l'objet de la consultation du lot 1 :

- Des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux et via la régie de Google. Ces dernières sont gérées directement par Lorraine Tourisme.
- Les créations graphiques et publicitaires.

4.2.1.3 Relations avec le client

Une personne de l'agence se rendra en Lorraine au moins deux fois dans l'année pour une réunion de travail avec Lorraine Tourisme :

- au commencement de la mission (février)
- à la fin de la mission (octobre)

L'agence maintiendra également des contacts réguliers avec les clients (téléphone, mail).

Les échanges avec les clients se feront nécessairement en langue française.

4.2.1.4 Méthodologie

Les candidats sont libres de proposer la méthodologie qui leur paraît la mieux adaptée à la réalisation des objectifs de la mission.

Toutefois, Lorraine Tourisme souhaite n'avoir qu'un seul interlocuteur. Soit le candidat dispose en son sein d'une équipe pluridisciplinaire et il devra mentionner dans sa proposition l'ensemble des personnes qui interviendront. Soit, en cas de sous-traitance de certains travaux, il devra apporter les mêmes informations sur ses partenaires et devra présenter une proposition collégiale constituée d'une offre de différents cabinets.

4.2.2 Livrables

Hormis les éléments administratifs précisés dans l'article 9 du Règlement de Consultation, les éléments spécifiques suivants seront à fournir dans le cadre de la procédure de sélection du candidat :

1. Une note méthodologique et détail du déroulement de la mission
2. Des références sur des missions semblables.

Les prix proposés sont à présenter dans l'annexe Bordereau des Prix de l'Acte d'Engagement dûment rempli.

Au cours de la mission, les livrables suivants sont à fournir :

1. Un plan média global détaillé : visibilité apportée selon actions (tirage, audience...), placement, targetting, format publicitaire et spécificités techniques, part de voix annonceur, timing, net média...
2. Les devis ou factures des différentes actions média dans un objectif de transparence sur les prix négociés
3. Bilan de chaque action

4.2.3 Budget

Le budget établi pour l'ensemble de ces prestations ne devra pas dépasser **97 500 euros TTC**, et comprendra les honoraires de l'agence, les dépenses annexes (frais d'envoi, etc) et la TVA.

Des options budgétaires complémentaires pourront être proposées.

4.3. DESCRIPTIF DES PRESTATIONS AFFÉRENTES AU LOT N°2 : « ACHAT D'ESPACE EN ALLEMAGNE POUR LA CAMPAGNE VOYAGES EN LORRAINE »

4.3.1 Détail des prestations

4.3.1.1 Achat d'espace pour la campagne « Voyages en Lorraine » en Allemagne frontalière

Le lot 2 concerne l'achat d'espace web pour la campagne « Voyages en Lorraine » en Allemagne frontalière.

Les travaux suivants sont attendus :

- Conseil et proposition d'un plan média uniquement digital en Allemagne frontalière tenant compte des impératifs temporels, budgétaires et de cibles de la campagne « Voyages en Lorraine ».
- Proposition d'au moins 2 scénarios de plans média web permettant la diffusion de vidéos publicitaires et la mise en place de partenariats avec un ou plusieurs sites de voyages pour valoriser nos offres hôtelières et de séjours.
- Négociation et achat d'espace
- Suivi de campagne et rédaction des bilans
- Réalisation d'un retroplanning global

Les orientations stratégiques devront être explicitées de manière claire.

L'agence sera responsable :

- De l'achat d'espaces sur les différents supports retenus
- Du respect du planning (deadlines)
- Du suivi des actions publicitaires
- Du bilan des actions

4.3.1.2 Les contraintes

Les propositions d'actions qui ne rentrent pas dans l'objet de la consultation :

- Des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux et via la régie de Google. Ces dernières sont gérées directement par Lorraine Tourisme.

- Les conceptions et créations publicitaires.

4.3.1.3 Relations avec le client

Une personne de l'agence se rendra en Lorraine au moins deux fois dans l'année pour une réunion de travail avec Lorraine Tourisme

- au commencement de la mission (février)
- à la fin de la mission (octobre)

L'agence maintiendra également des contacts réguliers avec les clients (téléphone, mail).

Les échanges avec les clients se feront nécessairement en langue française.

4.3.1.4 Méthodologie

Les candidats sont libres de proposer la méthodologie qui leur paraît la mieux adaptée à la réalisation des objectifs de la mission.

Toutefois, Lorraine Tourisme souhaite n'avoir qu'un seul interlocuteur. Soit le candidat dispose en son sein d'une équipe pluridisciplinaire et il devra mentionner dans sa proposition l'ensemble des personnes qui interviendront. Soit, en cas de sous-traitance de certains travaux, il devra apporter les mêmes informations sur ses partenaires et devra présenter une proposition collégiale constituée d'une offre de différents cabinets.

4.3.2 Livrables

Hormis les éléments administratifs précisés dans l'article 9 du Règlement de Consultation, les éléments spécifiques suivants seront à fournir dans le cadre de la procédure de sélection du candidat :

1. Une note méthodologique et détail du déroulement de la mission
2. Des références sur des missions semblables.

Les prix proposés sont à présenter dans l'annexe Bordereau des Prix de l'Acte d'Engagement dûment rempli.

Au cours de la mission, les livrables suivants sont à fournir :

1. Un plan média global détaillé : visibilité apportée selon actions (fréquentation, type d'audience...), placement, targetting, format publicitaire et spécificités techniques, part de voix annonceur, timing, net média...
2. Les devis ou factures des différentes actions média dans un objectif de transparence sur les prix négociés
3. Bilan de chaque action

4.3.3 Budget

Le budget établi pour l'ensemble de ces prestations ne devra pas dépasser **16 000 euros TTC**, et comprendra les honoraires de l'agence, les dépenses annexes (frais d'envoi, etc) et la TVA.

Des options budgétaires complémentaires pourront être proposées.

4.4. DESCRIPTIF DES PRESTATIONS AFFÉRENTES AU LOT N°3 : « ACHAT D'ESPACE EN LORRAINE POUR LA CAMPAGNE PASS LORRAINE »

4.4.1 Détail des prestations

4.4.1.2 Prestations demandées

Le lot 3 concerne l'achat d'espace pour la campagne Pass Lorraine en Lorraine essentiellement.

Les travaux suivants sont attendus :

- Conseil et proposition d'un plan média en Lorraine tenant compte des impératifs temporels, budgétaires et de cibles de la campagne « Pass Lorraine ».
- Proposition d'au moins 2 scénarios de plans média essentiellement offline qui s'appuient sur les actions suivantes : TV locales, cinéma, radio, insertions presse, encartage...
- Négociation, achat d'espace, suivi de campagne et bilan
- Réalisation d'un retroplanning global

Les orientations stratégiques devront être explicitées de manière claire.

L'agence sera responsable :

- De l'achat d'espaces sur les différents supports retenus
- Du respect du planning (deadlines)
- Du suivi des actions publicitaires
- Du bilan des actions

4.4.1.3 Les contraintes

Les propositions d'actions qui ne rentrent pas dans l'objet de la consultation :

- Des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux et via la régie de Google. Ces dernières sont gérées directement par Lorraine Tourisme.
- Les créations publicitaires (vidéos, publicités papier...) qui seront aussi gérées directement par Lorraine Tourisme.

4.4.1.4 Relations avec le client

Une personne de l'agence se rendra en Lorraine au moins deux fois dans l'année pour une réunion de travail avec Lorraine Tourisme

- au commencement de la mission (février)
- à la fin de la mission (octobre)

L'agence maintiendra également des contacts réguliers avec les clients (téléphone, mail).

Les échanges avec les clients se feront nécessairement en langue française.

4.4.1.5 Méthodologie

Les candidats sont libres de proposer la méthodologie qui leur paraît la mieux adaptée à la réalisation des objectifs de la mission.

Toutefois, Lorraine Tourisme souhaite n'avoir qu'un seul interlocuteur. Soit le candidat dispose en son sein d'une équipe pluridisciplinaire et il devra mentionner dans sa proposition l'ensemble des personnes qui interviendront. Soit, en cas de sous-traitance de certains travaux, il devra apporter les mêmes informations sur ses partenaires et devra présenter une proposition collégiale constituée d'une offre de différents cabinets.

4.4.2 Livrables

Hormis les éléments administratifs précisés dans l'article 9 du Règlement de Consultation, les éléments spécifiques suivants seront à fournir dans le cadre de la procédure de sélection du candidat :

1. Une note méthodologique et détail du déroulement de la mission
2. Des références sur des missions semblables.

Les prix proposés sont à présenter dans l'annexe Bordereau des Prix de l'Acte d'Engagement dûment rempli.

Au cours de la mission, les livrables suivants sont à fournir :

1. Un plan média global détaillé : visibilité apportée selon actions (tirage, audience...), placement, targetting, format publicitaire et spécificités techniques, part de voix annonceur, timing, net média...
2. Les devis ou factures des différentes actions média dans un objectif de transparence sur les prix négociés
3. Bilan de chaque action

4.4.3 Budget

Le budget établi pour l'ensemble de ces prestations ne devra pas dépasser **65 000 Euros TTC**, et comprendra les honoraires de l'agence, les dépenses annexes (frais d'envoi, etc) et la TVA.

Des options budgétaires complémentaires pourront être proposées.

ARTICLE 5 – MODALITÉS DE RÈGLEMENT

5.1 PRÉSENTATION DES FACTURES

Toutes les factures seront à établir au nom de :

**Lorraine Tourisme
Abbaye des Prémontrés – BP 97
54704 PONT A MOUSSON Cedex**

Les factures afférentes aux paiements sont établies en un original 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 Lorraine Tourisme conformément au bordereau des prix,

Outre ces mentions, la facture comportera :

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

5.2 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 et pour la fourniture.

ARTICLE 6 – DROITS DU TITULAIRE

Le titulaire ne pourra faire aucun usage commercial des résultats des prestations sans l'accord préalable Lorraine Tourisme.

Il ne pourra communiquer les résultats des prestations à des tiers, à titre gratuit ou onéreux, qu'avec l'autorisation de Lorraine Tourisme.

L'exploitation des réalisations se fera dans le respect des droits du prestataire, Lorraine Tourisme s'interdisant de dénaturer lesdites réalisations.

Lorraine Tourisme pourra néanmoins apporter toute modification aux réalisations qu'il jugera utile et qui seraient commandées par des choix de communication ou des contraintes purement techniques.

Le prestataire autorise en tant que de besoin Lorraine Tourisme à faire protéger en son nom un ou plusieurs titres de propriété intellectuelle sur la base des droits cédés (marque, dessins ou modèles).

Le prestataire déclare se trouver rempli totalement de ses droits et renonce à toute revendication à quelque titre que ce soit sur ou à l'encontre de toute utilisation par Lorraine Tourisme des réalisations

ARTICLE 7 – DISPOSITIONS GÉNÉRALES

7.1 PORTÉE DES PRÉSENTES CLAUSES DU CAHIER DES CLAUSES PARTICULIÈRES

Les dispositions du présent cahier des charges ont pour but de permettre aux candidats de faire une proposition de prix qui figurera au Bordereau des prix.

Elles auront une valeur contractuelle à compter de leur notification au candidat choisi.

7.2 CONFIDENTIALITÉ

Les prestataires sont tenus au secret professionnel et à l'obligation de discrétion pour tout ce qui concerne les informations, documents, décisions dont ils auront connaissance durant l'exécution du marché.

Ils s'interdisent notamment toute communication écrite ou verbale sur ces sujets et toute remise de

documents à des tiers sans l'accord préalable de Lorraine Tourisme.

Ils prendront toutes les précautions nécessaires et raisonnables, pour prévenir une divulgation interdite par leur personnel, notamment en mettant à leur charge une obligation de confidentialité.

Les obligations ci-dessus stipulées se maintiendront au-delà de la fin du marché.

7.3 MAUVAISE EXÉCUTION DES PRESTATIONS

Le non-respect, par le prestataire de chacun des volets, des dispositions relatives à l'exécution des prestations de ceux-ci, peut entraîner selon la nature et l'importance des défauts, manques ou malfaçons constatés, le refus pur et simple de tout ou partie de la prestation que le prestataire devra effectuer à nouveau dans les plus brefs délais et à ses frais, sous peine d'application des articles des présentes relatifs aux pénalités et à la résiliation du marché.

7.4 INDEMNISATION EN CAS D'INEXÉCUTION OU DE MAUVAISE EXÉCUTION

Le délai contractuel d'exécution est celui établi dans le planning annuel des actions qui sera acté au commencement de la mission.

En cas de non-respect des délais contractuels, Lorraine Tourisme pourra appliquer après la mise en demeure préalable, des pénalités calculées par application de la formule suivante :

$$P = \frac{V \times N}{100}$$

P = montant des pénalités

V = valeur de la commande

N = nombre de jours de retard

Ce montant s'appliquera par jour de retard constaté par Lorraine Tourisme. Les pénalités de retard calculées par le service financier réduiront le montant de la facture adressée par le titulaire au service qui a commandé les matériels, objet du marché.

7.5 SOUS-TRAITANCE

Sous réserve des dispositions législatives et réglementaires en vigueur, le prestataire est libre de sous-traiter toute opération qu'il désire, sous réserve de l'acceptation du sous-traitant et de l'agrément de ses conditions de paiement dans les conditions fixées par le titre III de la loi n° 75-1334 du 31 décembre 1975 relative à la sous-traitance.

En cas de sous-traitance, le prestataire, entrepreneur principal, demeure personnellement responsable de l'exécution de l'intégralité des prestations.

Toutefois en aucun cas, le fait de sous-traiter ne justifiera un dépassement de devis, une qualité insuffisante, un non-respect des prestations à fournir.

7.6 RÉSILIATION

Lorraine Tourisme peut mettre fin à l'exécution des prestations faisant l'objet du présent marché avant l'achèvement de celui-ci, dans les conditions prévues au CCAG PI soit à la demande du titulaire, soit pour faute du titulaire, soit dans le cas des circonstances particulières.

Lorraine Tourisme peut également mettre fin, à tout moment, à l'exécution des prestations pour un motif d'intérêt général.

Par dérogations aux dispositions des articles 29 et 33 du CCAG PI, aucune indemnité de résiliation ne

sera versée aux titulaires en cas de résiliation. Il en est de même lorsque le titulaire a engagé des frais et investissements pour l'exécution des prestations

Le titulaire élabore un décompte de résiliation afin le cas échéant d'obtenir le paiement des prestations réalisées et acceptées sans réserves non réglée à la date d'effet de la résiliation.

La décision de résiliation du marché est notifiée au titulaire par lettre recommandée avec accusé de réception.

La résiliation prend effet à la date fixée dans la décision de résiliation ou, à défaut, à la date de sa notification.

7.7 ABSENCE DE RENONCIATION TACITE

Le fait pour Lorraine Tourisme, à quelque moment que ce soit, de ne pas exercer une prérogative qui lui est reconnue par le présent marché ou de ne pas exiger l'exécution par le prestataire, d'une stipulation quelconque des présentes, ne pourra en aucun cas être interprété comme une renonciation expresse ou tacite à son droit d'exercer ladite prérogative dans l'avenir ou à son droit d'exiger l'exécution scrupuleuse des engagements souscrits par le prestataire, y compris, éventuellement, son droit de résilier le marché pour toute violation de même nature ou d'une nature différente.

7.8 REDRESSEMENT OU LIQUIDATION

7.8.1 Décision emportant effets sur l'exécution du marché

Les dispositions du Code du commerce seront applicables en cas de jugement prononçant le redressement judiciaire ou la liquidation du prestataire.

Le prestataire ou l'administrateur chargé d'appliquer le jugement devra notifier ce dernier sans délai à Lorraine Tourisme.

La même procédure devra être respectée pour toute décision ou jugement emportant des effets sur l'exécution du marché.

7.8.2 Redressement judiciaire

En cas de redressement judiciaire, Lorraine Tourisme adressera à l'administrateur une mise en demeure visant à lui demander si elle entend exiger la continuation d'exécution du marché.

En cas de procédure simplifiée sans administrateur, cette mise en demeure est adressée au prestataire sous réserve qu'en application de l'article L. 621-37 du Code du commerce, le juge-commissaire l'ait autorisé à exercer la faculté ouverte par les articles L. 621-122 et L.621-28 du Code du commerce.

En cas de réponse négative ou en l'absence de réponse dans un délai d'un mois à compter de la date d'envoi de la mise en demeure, la résiliation du marché est prononcée sans formalité.

Le délai précité peut varier si avant son expiration le juge commissaire a accordé à l'administrateur une prolongation ou lui a, au contraire, imparti un délai plus court.

La résiliation prend effet à la date de décision de l'administrateur ou du prestataire de renoncer à poursuivre l'exécution du marché, ou à l'expiration du délai préfixé d'un mois visé ci-dessus.

Cette résiliation n'ouvre aucun droit à indemnité au profit du prestataire.

7.8.3 Liquidation judiciaire

En cas de liquidation judiciaire, la résiliation du marché est prononcée sauf si le juge autorise expressément le maintien de l'activité de l'entreprise.

Dans ce cas, Lorraine Tourisme peut accepter la continuation d'exécution du marché pendant la période

visée à la décision de justice, ceci dans la limite maximum de trois (3) mois ou prononcer la résiliation du marché sans droit à indemnité au profit du prestataire.

Lorraine Tourisme appréciera la situation notamment en fonction de l'intérêt résultant de l'application stricte de la garantie contractuelle et décennale et des assurances données en ce domaine par le prestataire ou l'administrateur.

7.9 ASSURANCES

Les prestataires attestent être couverts par :

- une assurance garantissant les tiers en cas d'accidents ou de dommages causés par l'exécution des prestations,
- une assurance couvrant les responsabilités résultant des principes du Code Civil,
- une assurance couvrant leur responsabilité en cas de perte ou d'endommagement d'une partie ou de la totalité des prestations réalisées et des fournitures livrées.

et pouvoir produire une attestation portant mention de l'étendue de leurs garanties.

7.10 FORCE MAJEURE

Si par suite d'un cas de force majeure, la réalisation des prestations objet du présent marché venait à être suspendue, le marché sera prorogé de plein droit pour une période égale à celle de la suspension.

En cas de suspension de plus de un (1) mois, en raison de l'événement de force majeure, le marché pourra être résilié par l'une ou l'autre des parties, sans que cette résiliation n'ouvre droit à réparation.

Est considéré comme un cas de force majeure, tout événement de quelque nature qu'il soit, échappant au contrôle de l'une ou l'autre des parties, tel que, notamment, guerre, acte de guerre, inondation, incendie, conflits sociaux extérieurs à l'entreprise, blocus, interruption des transports.

7.11 RÈGLEMENT DES LITIGES

Les contestations qui pourraient s'élever au sujet de la qualité des prestations, de l'interprétation ou de l'application des clauses et conditions du présent cahier des clauses particulières seront réglées autant que possible par la voie amiable.

En cas d'impossibilité de parvenir à un accord, 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.

7.12 INVALIDITÉ D'UNE CLAUSE - INTERPRÉTATION

Au cas où l'une quelconque des dispositions des présentes, quelle qu'en soit l'importance, viendrait à être déclarée ou reconnue nulle ou illicite, toutes les autres dispositions continueraient néanmoins à s'appliquer, tandis que les Parties devraient s'efforcer de bonne foi de lui substituer une nouvelle disposition, économiquement équivalente.

Toutefois, le présent marché dans son entier, sera mis à néant si la clause annulée porte atteinte de façon excessive à l'équilibre contractuel.

La division du présent marché en articles séparés et la rédaction d'intitulés, ne saurait conditionner l'interprétation de la convention.

7.13 MODIFICATION DU MARCHÉ

Le présent marché ne pourra être modifié que par un avenant signé par les parties.

En cas de survenance d'événements imprévisibles ou exclus par les prévisions de Lorraine Tourisme ou d'un des prestataires, et pour autant que ces événements aient pour effet de bouleverser les bases économiques du présent marché, au préjudice de l'une ou l'autre des parties, les parties concernées auraient le même esprit que celui qui a présidé à la conclusion des présentes, à se mettre d'accord pour y apporter les aménagements nécessaires.

7.14 DÉROGATION AU CCAG PI

Articles du CCP qui dérogent au CCAG-PI	Articles du CCAG-PI auxquels il est dérogé
7.4 – INDEMNISATION EN CAS D'INEXECUTION OU DE MAUVAISE EXECUTION	Article 14
7.6 – RESILIATION	Articles 29 et 33

ARTICLE 8 – LISTE DES ANNEXES

- Annexe 1 : Planning achat d'espace multi-marchés 2017

Fait à _____

Le _____

Signature du prestataire¹ _____

M. _____

Société (ou entreprise) _____

¹ Chaque page du présent CCP est à parapher
La présente page est signée avec mention manuscrite "Lu et approuvé – Bon pour accord".