

CAHIER DES CHARGES (CDC)

Client

LORRAINE TOURISME

Objet de la consultation

ACCOMPAGNEMENT GOOGLE ADWORDS & ANALYTICS

Date limite de réception des offres

Le 15 février 2017 à 10h00

SOMMAIRE

1	OBJET DE LA CONSULTATION.....	3
1.1	PRESENTATION DU CONTEXTE DE COMMUNICATION	3
1.2	MODALITES DE CANDIDATURE	6
1.3	DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES	6
1.4	DELAI DE VALIDITE DES OFFRES	6
1.5	UNITE MONETAIRE ET LANGUE FRANCAISE	7
2	CONTENU TECHNIQUE DE L'OFFRE ET MODALITES D'EXECUTION DES PRESTATIONS.....	7
2.1	DESCRIPTIF DU BESOIN	7
2.2	LIVRABLES.....	9
2.3	PRIX	9
3	JUGEMENT DES CANDIDATURES ET DES OFFRES.....	10
3.1	JUGEMENT DES CANDIDATURES	10
3.2	JUGEMENT DES OFFRES.....	10
4	MODALITES DE REGLEMENT	11
4.1	PRESENTATION DES FACTURES	11
4.2	REGLEMENT DU PRESTATAIRE.....	11
5	DISPOSITIONS GENERALES.....	12
5.1	PORTÉE DES PRÉSENTES CLAUSES DU CAHIER DES CHARGES	12
5.2	CONFIDENTIALITÉ.....	12
5.3	MAUVAISE EXÉCUTION DES PRESTATIONS.....	12
5.4	INDEMNISATION EN CAS D'INEXECUTION OU DE MAUVAISE EXECUTION	12
5.5	SOUS-TRAITANCE	12
5.6	REDRESSEMENT OU LIQUIDATION	13
5.7	ASSURANCES	13
5.8	FORCE MAJEURE.....	14
5.9	RÈGLEMENT DES LITIGES	14

1 OBJET DE LA CONSULTATION

La présente consultation a pour objet principal une mission d'accompagnement Google (Adwords et Analytics) pour le compte de Lorraine Tourisme dans le cadre de sa stratégie de visibilité et de trafic de son portail en 3 langues www.tourisme-lorraine.fr (français, allemand et néerlandais).

Les prestations devront être assurées conformément au contenu technique tel que décrit dans le paragraphe 2. "*Contenu technique de l'offre et modalités d'exécution des prestations*".

1.1 **PRESENTATION DU CONTEXTE DE COMMUNICATION**

Lorraine Tourisme a pour mission principale de réaliser la promotion touristique de la destination Lorraine.

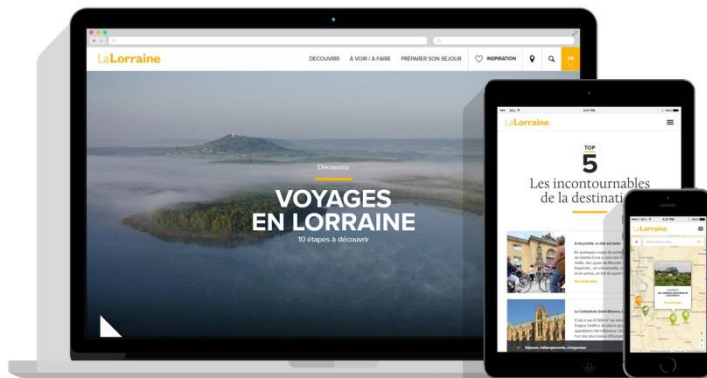
Dans un contexte de fusion des collectivités régionales, Lorraine Tourisme poursuivra cette mission mais portera une attention particulière sur l'ancrage du développement touristique dans celui du périmètre de la région Grand Est.

Pour découvrir l'action de Lorraine Tourisme : <http://pro.tourisme-lorraine.fr>

Le digital au cœur de sa stratégie marketing

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 cet objectif, elle produira, éditera et diffusera son propre contenu touristique de qualité afin d'attirer une large audience vers son écosystème digital dont la pierre angulaire est le portail Tourisme-lorraine.fr.

Le portail Tourisme-lorraine.fr



Le portail Tourisme-lorraine.fr est en ligne depuis 15 ans. Une refonte complète a été engagée en 2013 au niveau technique et graphique avec une mise à jour complète de l'arborescence répondant à la nouvelle stratégie de contenu mise en place par Lorraine Tourisme. Le portail actuellement en ligne a été développé sur Wordpress, il est multilingues (français, allemand, néerlandais et anglais), responsive et retina-ready.

Il se compose de plus de **650 pages de contenu** issues du CMS (toutes langues confondues) et de **6500 fiches touristiques** (sites et monuments, hébergements, activités, événements, séjours...) issues de la base de données SITLOR¹ (uniquement pour le français).

L'arborescence du portail s'articule autour de 4 espaces principaux :

- Découvrir
- A voir / A faire
- Préparer son séjour
- Inspiration

et de 2 outils d'aide à la recherche (la carte interactive et le moteur de recherche interne).

¹SITLOR : Système d'Information Touristique - Lorraine

La plateforme SITLOR est une base de données de gestion d'informations touristiques, informatique, centralisée, gérée et alimentée par différents acteurs publics ayant une vocation de promotion touristique de la région Lorraine.

Outil professionnel, SITLOR, s'appuie sur la force d'un réseau de près de 60 partenaires emmenés par les 4 agences départementales de développement touristique et Lorraine Tourisme.

Véritable plateforme de services, SITLOR est devenu la référence de l'offre touristique de la Lorraine, le pilier de nombreux supports de communication, un outil partagé de Gestion de la Relation Client mais surtout un formidable outil d'échanges entre acteurs de la filière.

Plus d'informations sur www.sitlorpro.com

CAMPAGNES DE COMMUNICATION A DESTINATION DU GRAND PUBLIC

Lorraine Tourisme s'est engagée dans une démarche d'attractivité touristique ambitieuse. Elle a créé des éléments de la marque de destination touristique, destinée à être partagée par tous les prestataires touristiques qui se réfèrent à la Lorraine pour se faire connaître et promouvoir leurs intérêts sur la scène nationale ou internationale.

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 » et des partenaires en s'appuyant sur les 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

A partir du 1^{er} mai jusqu'au 15 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

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

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 valide pour toute la famille, le visiteur 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
Augmenter le nombre de détenteurs de la carte Pass Lorraine

La Cible

- Les habitants en Lorraine non détenteurs du Pass qui sont à la recherche de bons plans,
- Dans une moindre mesure les habitants en Alsace et en Champagne-Ardenne
- Les touristes 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

De la mi-avril au 31 août 2017

Les supports de la campagne

La 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 +++

Campagne Famille

Lancée en 2015, la campagne « Se prendre au jeu » s'adresse aux familles francophones et flamandes souhaitant vivre ensemble une expérience unique et un moment de partage.

Le concept s'appuie sur des images fortes et inattendues, dans un univers gai et coloré. Les destinations sont valorisées via la storytellisation d'expériences thématiques à vivre en famille, donnant envie aux touristes de « Se prendre au jeu » à leur tour.

La cible

Les familles uniquement francophones avec enfants de 3 à 14 ans ou les enfants voyageant avec leurs parents ou grands-parents. Des familles disposant de revenus moyens à supérieurs, habitant à une distance de 3 à 4 heures de trajet en voiture de la Lorraine.

Zone de chalandise prioritaire : Lorraine et zone francophone uniquement : Belgique francophone + Alsace / Champagne Ardenne / Hauts de France / Ile de France

CAMPAGNES DE COMMUNICATION A DESTINATION DES PROFESSIONNELS

Lorraine Meeting Club

Le Lorraine Meeting Club a pour ambition d'identifier la Lorraine comme nouvelle destination «MICE» (Meeting, Incentive, Conventions & Events) et de permettre aux professionnels régionaux de travailler en réseau en valorisant l'information et le service aux clientèles de façon audacieuse.

Pour jouer la complémentarité avec les autres acteurs du MICE, le Lorraine Meeting Club s'est orienté vers la cible du séminaire résidentiel, la réunion d'entreprises et l'incentive, privilégiant ainsi les retombées dans les hébergements lorrains.

Espace web dédié

Un espace web dédié au MICE permet aux organisateurs de séminaires de préparer leur événement : <http://meeting.tourisme-lorraine.fr>

La diversité de l'offre Lorraine est mise en avant à travers ses destinations et ses nombreux lieux réceptifs mais aussi par le biais de thématiques variées allant du sport à la culture, en passant par le bien-être ou la gastronomie. Il alterne informations touristiques, photos et services pratiques et traduit les engagements du Club, gages de qualité et de professionnalisme : services et équipements dédiés MICE, réponse aux demandes de devis sous 48h...

1.2 MODALITES DE CANDIDATURE

Le candidat qui n'a pu télécharger le dossier de Cahier des Charges (CDC) sur le site internet de Lorraine Tourisme (<http://pro.tourisme-lorraine.fr/appels-doffres/>) peut se le procurer gratuitement auprès de :

Lorraine Tourisme

Monsieur FRANCOIS Nicolas
Email : nicolas.francois@tourisme-lorraine.fr
Abbaye des Prémontrés – BP 97
54704 PONT A MOUSSON CEDEX

Le Dossier de Consultation pourra lui être remis :

- soit par voie postale,
- soit en main propre contre récépissé, le candidat devra le retirer (uniquement le matin entre 9h00 et 12h00 et l'après-midi entre 14h00 et 16h00, du lundi au vendredi),
- soit par courrier électronique (Lorraine Tourisme décline toute responsabilité dans l'envoi par courriel des éléments et il appartient au candidat de s'assurer que l'adresse d'envoi communiquée supporte l'envoi de documents électroniques volumineux).

Eléments à fournir :

- Un devis détaillé
- Le présent cahier des charges signé et paraphé
- Des références sur des missions semblables
- L'attestation Google Partner

1.3 DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES

Le 15 février 2017 à 10 heures.

1.4 DELAI DE VALIDITE DES OFFRES

Le délai est fixé à 120 jours à compter de la date limite de réception des offres.

1.5 UNITE MONETAIRE ET LANGUE FRANCAISE

Le candidat est informé que Lorraine Tourisme souhaite conclure le marché dans l'unité Euro.

L'unité monétaire ne constitue pas un critère de sélection des offres.

Si le candidat présente une offre libellée dans une autre unité monétaire que celle mentionnée ci-dessus, il accepte que l'administration procède à sa conversion en application des articles 4 et 5 du Règlement CE n° 1103/97 du 17 juin 1997.

Il peut également lui-même procéder à cette conversion, en appliquant le même texte, en indiquant celle des deux unités monétaires dans laquelle il s'engage.

Le candidat, s'il présente une offre libellée dans l'autre unité monétaire que celle souhaitée par Lorraine Tourisme, et si cette offre est retenue, est informé que l'unité monétaire souhaitée par Lorraine Tourisme peut s'imposer à lui dans le cadre de la mise au point finale du marché, si les parties n'étaient pas parvenues à trouver un accord sur ce point.

Les offres des candidats seront entièrement rédigées en langue française. Les dossiers de candidature devront être rédigés en langue française ou traduits en français pour les candidats étrangers.

2 CONTENU TECHNIQUE DE L'OFFRE ET MODALITES D'EXECUTION DES PRESTATIONS

2.1 DESCRIPTIF DU BESOIN

2.1.1 Pour les campagnes de communication destinées au grand public

Lorraine Tourisme souhaite s'appuyer sur ses 3 campagnes de communication principales (Voyages en Lorraine, Famille et Pass Lorraine) ainsi que sur les principes de « l'Inbound marketing » pour attirer un maximum de visiteurs sur son portail puis les convertir en prospects pour les fidéliser.

L'objectif final est de positionner son portail comme un média de référence en matière de vacances et de voyages en Lorraine.

Pour y parvenir, elle souhaite se faire accompagner pour développer sa stratégie Google (Adwords et Analytics).

Les objectifs de la mission d'accompagnement s'articulent autour de 4 axes principaux :

1. Définir et écrire la stratégie Google (Adwords et Analytics) en 2017,
2. définir des objectifs de conversion web précis (en lien avec la stratégie, « d'Inbound Marketing »), et les configurer dans Google Analytics,
3. générer un maximum de trafic qualifié vers différents espaces du portail www.tourisme-lorraine.fr (3 langues),
4. optimiser et automatiser le suivi des objectifs de conversion et des statistiques du portail.

Le budget publicitaire estimé hors accompagnement pour l'ensemble des actions avec Google (Adwords, Youtube, remarketing, Analytics) s'élève à **40 000 euros TTC**.

Attentes principales de Lorraine Tourisme concernant l'accompagnement :

Adwords :

- Aide, conseil et rédaction d'un rapport définissant la stratégie Google en 2017 : la mise en place de la mécanique « Inbound », des différents indicateurs, des campagnes (Adwords, Remarketing, Youtube...) et du retro-planning
- Mise en place, suivi et optimisations des différentes campagnes dans Adwords (mots-clés, Youtube, Display et Remarketing)

- Rédaction d'un bilan intermédiaire et de fin de campagne avec préconisations pour optimisations et améliorations.

Analytics :

- Aide, conseil et rédaction d'un rapport visant à l'optimisation du compte Analytics de Lorraine Tourisme : définition des objectifs de conversion mesurables et des modifications à faire pour permettre une lecture et une analyse rapides des statistiques au quotidien.
- Configuration et optimisations du compte Analytics (intégration des objectifs de conversions, création de rapports personnalisés...) + suivi technique

L'agence sera responsable :

- De la mise en place des actions
- Du respect des deadlines
- Du suivi des actions et leurs optimisations
- Du bilan des actions

2.1.2 Pour les campagnes de communication destinées aux professionnels

En complément, Lorraine Tourisme souhaiterait se faire accompagner pour mettre en place sa stratégie Google Adwords pour sa campagne dédiée aux séminaires et meetings.

Les objectifs de la mission d'accompagnement s'articulent autour de 4 axes principaux :

1. Définir et écrire la stratégie Google Adwords,
2. définir des objectifs de conversion web précis,
3. générer un maximum de trafic qualifié vers le site dédié <http://meeting.tourisme-lorraine.fr>,
4. optimiser et automatiser le suivi des objectifs de conversion et des statistiques du site dédié.

Le budget publicitaire de cette campagne est estimé à **3 000 euros TTC** (hors accompagnement).

Attentes principales de Lorraine Tourisme concernant l'accompagnement Adwords :

- Aide, conseil et rédaction d'un rapport définissant la stratégie Google en 2017 : la mise en place des différents indicateurs, des campagnes Adwords et du retro-planning
- Mise en place, suivi et optimisations des différentes campagnes dans Adwords

L'agence sera responsable :

- De la mise en place des actions
- Du respect des deadlines
- Du suivi des actions et leurs optimisations
- Du bilan des actions

2.2 LIVRABLES

1. Une note méthodologique et détaillée du déroulement de la mission
2. Un rétroplanning
3. Bilans détaillés des actions

2.3 PRIX

Les prix proposés sont à présenter dans un devis détaillé.

Avant facturation, le prestataire est invité à vérifier le taux de TVA applicable.

3 JUGEMENT DES CANDIDATURES ET DES OFFRES

3.1 JUGEMENT DES CANDIDATURES

Lors de l'examen des candidatures, seront éliminés les candidats n'ayant pas fourni l'ensemble des documents demandés dûment complétés et signés.

Les candidats ayant produit l'ensemble des pièces demandées et présentant les garanties professionnelles et financières suffisantes verront leur offre examinée.

Les candidats non retenus seront informés du rejet de leur candidature.

3.2 JUGEMENT DES OFFRES

L'analyse des offres sera réalisée en fonction des critères hiérarchisés et pondérés comme suit :

- **Méthodologie proposée** (34 %)
- **Moyens humains mobilisés** (33 %)
- **Prix** (33 %)

Des précisions pourront être demandées au(x) candidat(s) soit lorsque l'offre n'est pas suffisamment claire et doit être précisée ou sa teneur complétée, soit lorsque l'offre paraît anormalement basse ou encore dans le cas de discordance entre le montant et l'offre d'une part et les éléments ayant contribué à la détermination de ce montant d'autre part (prix unitaires, décomposition de prix forfaitaire).

Le candidat, parmi les deux ou trois candidats présélectionnés, le cas échéant à l'issue d'une phase de négociation, qui aura fait la meilleure offre au regard des critères ci-dessus détaillés se verra attribuer le marché.

4 MODALITES DE REGLEMENT

4.1 PRESENTATION DES FACTURES

Toutes les factures seront établies 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 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.

Outre ces mentions, la facture comportera :

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

4.2 REGLEMENT 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.

5 DISPOSITIONS GENERALES

5.1 **PORTÉE DES PRÉSENTES CLAUSES DU CAHIER DES CHARGES**

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

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

5.2 **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.

5.3 **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.

5.4 **INDEMNISATION EN CAS D'INEXÉCUTION OU DE MAUVAISE EXÉCUTION**

Le délai contractuel d'exécution est celui de la livraison.

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.

5.5 **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.

5.6 REDRESSEMENT OU LIQUIDATION

5.6.1 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.

5.6.2 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.

5.6.3 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.

5.7 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.

5.8 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 deux (2) 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.

5.9 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.

Fait à _____

Le _____

Signature du prestataire 1 _____

M. _____

Société (ou entreprise) _____