



MARCHE DE PRESTATIONS DE SERVICES ET DE FOURNITURES

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 |
| Alsace Destination Tourisme |
| Objet du marché |
| Renforcement de la notoriété digitale de la destination Massif des Vosges |
| Date limite de réception des offres |
| Vendredi 24 mars 2023 à 17h00 |
| Contact |
| Vincent Schneider Alsace Destination Tourisme Chargé de communication digitale Massif des Vosges Mail : vincent.schneider@adt.alsace Tél : 03 89 20 10 57 |
| Les candidats sont invités à poser leurs questions uniquement par mail jusqu'au jeudi 16 mars 2023 12h00 à l' adresse suivante : vincent.schneider@adt.alsace Les candidats réceptionneront les réponses aux questions posées le vendredi 17 mars 2023 |

Table des matières

| | |
|---|----|
| I. Dispositions générales | 3 |
| A. Contexte..... | 3 |
| B. Présentation du contexte de la Destination Massif des Vosges | 4 |
| II. Objectif de la Stratégie touristique du Massif des Vosges | 5 |
| III. Stratégie marketing | 6 |
| A. Positionnement de la destination..... | 6 |
| B. Les marchés cibles..... | 6 |
| C. Signature de destination et ligne éditoriale..... | 6 |
| D. Une offre 4 saisons..... | 7 |
| IV. Autres éléments liés à la consultation..... | 8 |
| A. Contexte de la campagne..... | 8 |
| B. Support de promotion et d'information touristique..... | 8 |
| C. Champs d'action | 9 |
| V. Objet de la consultation | 9 |
| A. Mission..... | 9 |
| B. Objectifs | 10 |
| C. Livrables | 10 |
| D. Budget..... | 11 |
| VI. Eléments attendus en réponse à la consultation..... | 11 |
| VII. Jugement des offres | 12 |
| VIII. Calendrier de la consultation..... | 12 |
| IX. Modalités de règlement..... | 13 |
| 1. Présentation des factures..... | 13 |
| 2. Règlement du prestataire | 13 |
| X. Dispositions générales..... | 14 |

I. Dispositions générales

A. Contexte

La présente consultation publique émane d'Alsace Destination Tourisme : l'agence de développement touristique d'Alsace de la Collectivité européenne d'Alsace. La Collectivité européenne d'Alsace confie à ADT la mise en œuvre politique du territoire dans une logique de destination Alsace.

Alsace Destination Tourisme a pour mission principale de réaliser la promotion touristique de la destination Alsace, ainsi que celle du Massif des Vosges.

En savoir plus sur Alsace Destination Tourisme : www.alsace-destination-tourisme.com

[Développer le Massif des Vosges](#)

[La marque Massif des Vosges](#)

Démarche RSE d'Alsace Destination Tourisme

Alsace Destination Tourisme est engagée depuis 2022 dans une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et est signataire de [la charte d'engagement d'Initiatives Durables](#). A ce titre, nous avons défini un contrat de progrès fixant nos axes d'amélioration jusqu'en 2026 et mettons en œuvre un plan d'actions pour améliorer l'impact environnemental, social et économique de notre activité.

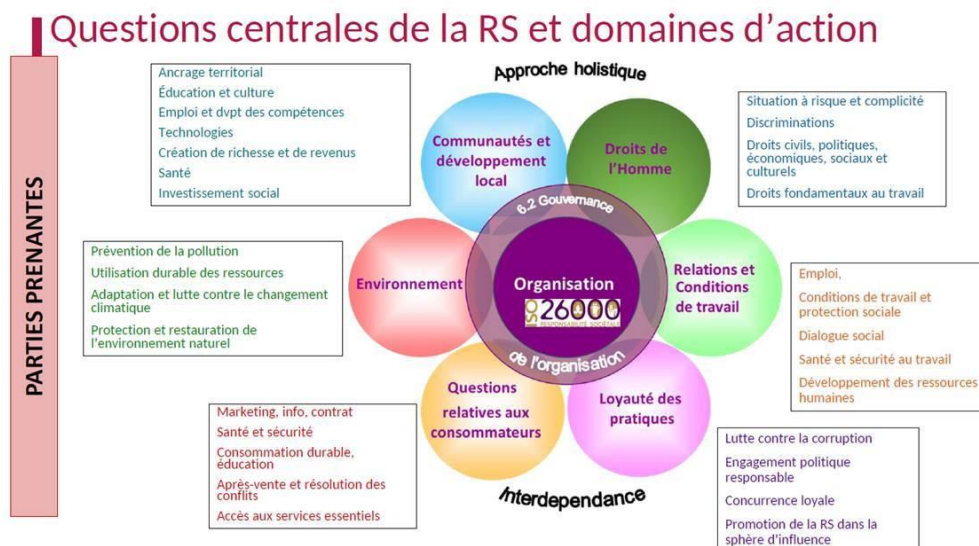
Cette démarche RSE repose sur 7 principes :

Les 7 PRINCIPES de RS

ISO 26000
RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

ILS PROPOSENT DES VALEURS FORTES DE COMPORTEMENT POUR GUIDER LES ACTIONS ET DÉCISIONS DE L'ORGANISATION. LES PRINCIPES S'APPLIQUENT À TOUS LES DOMAINES IDENTIFIÉS DANS LES QUESTIONS CENTRALES

| | | |
|---|---|---|
| Redevabilité Il convient que l'organisation soit en mesure de répondre de ses impacts sur la société, l'environnement et l'économie. | Reconnaissance es intérêts des parties prenantes Il convient que l'organisation reconnaisse et prenne en considération les intérêts de ses parties prenantes et qu'elle y réponde | |
| Transparence Il convient qu'une organisation assure la transparence des décisions qu'elle prend et des activités qu'elle mène lorsque celles-ci ont une incidence sur la société et l'environnement | Respect du principe de légalité Il convient que l'organisation accepte que le respect du principe de légalité soit obligatoire | |
| Comportement éthique Il convient que le comportement de l'organisation soit fondé sur les valeurs de l'honnêteté, de l'équité et de l'intégrité | Prise en compte des normes internationales de comportement Tout en prenant en compte le principe de légalité | Respect des droits de l'Homme Et reconnaisse leur importance et leur universalité |



Notre politique RSE concerne autant ADT que ses parties prenantes : partenaires, prestataires, clients, avec et pour qui elle travaille.

Ainsi, dans le cadre de nos appels d'offre, nous demandons aux candidats de nous informer sur leurs engagements et leurs actions au quotidien en matière de développement durable et de RSE.

B. Présentation du contexte de la Destination Massif des Vosges

En 2019, le collectif Massif des Vosges a lancé l'actualisation de sa stratégie touristique pour la période 2020-2022. S'appuyant sur le **positionnement marketing réalisé en 2017** ([annexe 1](#)), les filières stratégiques concernent l'écotourisme, le tourisme de découverte ainsi que les sports d'hiver et activités de pleine nature et itinérances.

Ainsi, la **stratégie touristique de la destination Massif des Vosges 2020 – 2022** ([annexe 2](#)), rattachée au schéma de massif, rassemble autour d'objectifs communs **le Collectif du Massif des Vosges**, formé des acteurs suivants :

- les partenaires financiers de la politique interrégionale du Massif des Vosges, à savoir l'État, les Régions Grand Est et Bourgogne – Franche-Comté, la Collectivité Européenne d'Alsace, les Départements du Territoire de Belfort, de la Haute-Saône, des Vosges, de la Meurthe-et-Moselle et de la Moselle
- les structures de promotion touristiques régionales et départementales : Agence Régionale du Tourisme Grand Est, Comité Régional du Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté, Moselle Attractivité (tourisme), Meurthe-et-Moselle Tourisme, la Régie Vosges Développement CDT Des Vosges, Alsace Destination Tourisme, Destination 70 et Belfort Tourisme.

- les Parcs naturels régionaux des Vosges du Nord et des Ballons des Vosges,
- La Fédération nationale des Stations Vertes,
- les Fédérations Régionales des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative d'Alsace, de Bourgogne-Franche-Comté et du Grand Est.
- L'Union nationale des associations de tourisme et de plein air (UNAT)
- Le Comité Régional Olympique et Sportif (CROS) Grand Est
- La Coopérative Terre d'Est

II. Objectif de la Stratégie touristique du Massif des Vosges

- **Accroître la notoriété du Massif des Vosges**, en tant que destination touristique nationale et internationale d'excellence et rendre son image plus visible au travers notamment de sa marque et de son positionnement de destination « Tourisme durable » ;
- **Accroître l'attractivité touristique « quatre saisons »** de la montagne dans le sens d'un développement plus durable et plus intégré ;
- **Favoriser la création et le maintien de l'emploi localement**, en portant une attention particulière à l'emploi saisonnier et à la pluriactivité,
- **Accroître les retombées économiques sur tous les territoires du massif**, en développant, parallèlement à la clientèle d'excursionnistes, une clientèle de séjour.

[Retrouvez les éléments de cadrage de la stratégie 2022-2027 dans le document de travail au lien suivant \[NE PAS PARTAGER SVP\]](#)

ADT, au titre du collectif du Massif des Vosges, a en charge entre autres la communication touristique digitale de la Destination MDV à savoir : la gestion et l'animation de son site internet ; de ses réseaux sociaux (facebook, instagram) ; de sa chaîne youtube ainsi que de sa newsletter grand public.

III. Stratégie marketing

A. Positionnement de la destination

Le positionnement de la destination est le suivant « **Montagne buissonnière** ».

La stratégie marketing est articulée autour de **deux axes stratégiques prioritaires** :

- **Le Massif des Vosges, une montagne douce**, par ses reliefs qui affirme sa naturalité pour devenir la première « écomontagne » de France, une destination engagée et responsable, source d'aventure et de découvertes qui enrichissent des séjours au cours desquels l'effort et le réconfort ne font plus qu'un ;
- **Le Massif des Vosges, une montagne vivante**, habitée et protégée, une montagne cultivée, une montagne accueillante tout au long de l'année, des territoires accessibles eux aussi toute l'année. Une montagne qui ne vit pas au rythme des à-coups saisonniers, une montagne de rencontres et d'activités partagées.

B. Les marchés cibles

Marchés prioritaires :

France (Paris IDF – Hauts de France – Grand Est – Bourgogne Franche Comté)

Parmi les **marchés cibles prioritaires étrangers**, la destination Massif des Vosges s'adresse prioritairement aux clientèles issues des pays suivants :

- Allemagne
- Belgique (francophones et néerlandophones)
- Pays-Bas
- Luxembourg (francophones)
- Suisse (francophones et germanophones)

C. Signature de destination et ligne éditoriale

Depuis le lancement du site internet en 2021, la nouvelle signature de destination est "**Massif des Vosges, montagne buissonnière**". Cette signature souligne tout l'esprit de la destination en termes de communication et marketing : une montagne conviviale où la nature est reine, une destination où l'on peut vivre les joies des choses simples et retrouver une âme d'enfant espiègle.

Afin de traduire cet esprit au travers d'un ton, d'une sémantique etc. **une ligne éditoriale a été définie au sein d'un mémo.** ([annexe 3](#))

IMPORTANT : les candidats devront faire une lecture attentive de ce mémo qui est la ligne directrice des contenus rédactionnels du site web et de la communication.

D. Une offre 4 saisons

Trois cibles de clientèle grand public identifiées sont prioritaires :

- **les familles avec enfants**, disposant de revenus moyens à supérieurs.
- **les séniors actifs** de plus de 50 ans, disposant eux aussi de revenus moyens à supérieurs
- **les couples sans enfants** (DINKs)

Les disciplines suivantes sont le reflet de la destination Massif des Vosges :

- les activités outdoor et les sports de pleine nature (*rando pédestre, vélo, VAE, VTT, canoë, floatboat, parapente, ski, raquettes etc.*)
- le ski et les sports d'hiver
- les activités autour de l'eau / lacs
- les découvertes du patrimoine et des savoir-faire
- le bien-être en montagne
- la gastronomie et l'agro-tourisme (*fermes-auberges*)
- l'itinérance à pied (*en s'appuyant sur le GR5-53 La Traversée du Massif des Vosges*)

Tableau de synthèse - Cibles x Offres Massif des Vosges

| Marché | Typologie | Hiver | Eté | Printemps | Automne |
|----------|----------------------|---|--|--|---|
| FRANCE | Familles | Ski alpin, randonnée raquettes, luge | Multi activités en moyenne montagne | | |
| | Seniors actifs | Nordique, ski, raquettes & gastronomie | | Itinérance cyclo, pédestre | Itinérance cyclo, pédestre, gastronomie |
| ETRANGER | Familles | Multi activités hiver | | | |
| | Seniors actifs | | | Itinérance cyclo, pédestre | Itinérance cyclo, pédestre, gastronomie |
| | Hyper Proximité | Ski Nocturne & Aurore | Multi activités, lacs, campings | | |
| MIXTE | Jeunes | Ski alpin Snowparks | | | |
| | Couples sans enfants | Bien être (feu de cheminée et spa) | | Itinérance cyclo, pédestre, bien-être | Itinérance cyclo, pédestre, gastronomie, bien-être |

IV. Autres éléments liés à la consultation.

A. Contexte de la campagne

Afin d'accroître la notoriété du Massif des Vosges en tant que destination touristique, une dizaine de partenaires du Massif des Vosges (publics & privés) mutualisent des moyens financiers dans le cadre d'un plan de communication.

Les partenaires ont prévu deux prises de parole sous forme de campagne de communication multi-canal :

- Une campagne été
- Une campagne hiver

Ces campagnes sont en cours de construction et pourront comporter des actions telles que partenariats media, spots TV et radio, accueils influenceurs etc.

La campagne webmarketing dont fait l'objet cette consultation complète ces dispositifs. Les actions mises en œuvre dans le cadre de ce marché ne devront pas venir en concurrence des campagnes de communication.

L'agenda et le calendrier des campagnes seront communiqués à l'agence retenue dès que possible.

B. Support de promotion et d'information touristique

La stratégie de communication grand public du Massif des Vosges s'appuie essentiellement sur le digital.

Dans le cadre de la stratégie touristique du Massif des Vosges et en partenariat avec le collectif, Alsace Destination Tourisme est en charge de piloter la communication digitale pour le compte du Massif des Vosges.

→ **Site web quadrilingue :**

FR : <https://massif-des-vosges.fr>

EN : <https://www.vosges-mountains.com/>

DE : <http://www.vogesenmassiv.de/>

NL : <https://www.bergen-voegezen.nl/>

→ **Bulletin d'enneigement :** <https://massif-des-vosges.fr>

→ **Réseaux sociaux :**

- [Facebook](#) : @massifdesvosges (Grand public)
- [Instagram](#) : #massifdesvosges (Grand public)
- [Twitter](#) : @massifdesvosges (Presse et Pro)

- [Youtube](#) : @massifdesvosges (Grand public)

→ **Une newsletter** : adressée 4 fois par an à plus de 7 500 contacts

C. Champs d'action

Dans le cadre de cette consultation, le souhait est de renforcer la présence et la notoriété de la Destination Massif des Vosges sur le web.

Les leviers webmarketing suivants peuvent être proposés par les candidats :

- Annonces sponsorisés via Google Adwords (SEA)
- Optimisation SEO
- Social Média : Facebook, Instagram ou Youtube (SMO)
soit sous forme d'annonces publicitaires, de sponsoring de posts ou stories, recrutement d'abonnés etc.
ADT assure la création, publication et suivi des posts et stories des comptes Massif des Vosges. Aucune prestation de Community Management n'est souhaitée.
- Toute autre action jugée pertinente proposée par l'agence (achat de bases de contacts pour l'envoi de la newsletter etc.)

Toutes les actions webmarketing devront rediriger vers des pages web du site Massif des Vosges.

Des suggestions pourront être faites dans la limite de notre budget de 40 000€ TTC frais d'agence inclus.

V. Objet de la consultation

A. Mission

Les missions qui seront confiées à l'agence retenue consistent à renforcer la présence et la notoriété de la destination Massif des Vosges sur le web, en complément des actions menées dans le cadre du plan d'actions Massif des Vosges.

Idéalement la campagne webmarketing couvrira la période de avril 2023 à fin février 2024, en continu ou avec des périodes de prises de parole à définir dans le cadre d'un calendrier.

Les candidats sont libres de formuler dans leur proposition les actions / leviers optimaux à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs décrits tenant compte des moyens et supports existants (SEA , social Ads, optimisation SEO etc.)

En option : tarif pour d'éventuelles créations graphiques qui renforceraient l'impact de la destination

ADT mettra à disposition de l'agence retenue une sélection de contenus photos et vidéos issue de sa médiathèque.

L'agence retenue travaillera en étroite collaboration avec le chargé de communication digitale Massif des Vosges et la responsable du Service Projets Numériques et Réseaux sociaux d'Alsace Destination Tourisme.

La proposition des candidats comprendra un volet gestion de projet incluant des rendez-vous réguliers (en visio et/ou présentiel)

- **Avant** : définition et préparation des éléments de campagnes ;
- **Pendant** : ajustement en fonction des performances observées ;
- **Et après les campagnes** : reportings par campagne et bilan global détaillant les résultats obtenus.

B. Objectifs

→ **Objectif de notoriété**

→ **Objectif de consommation** (générer des nuitées)

Le site Massif des Vosges n'est pas un site de vente et de réservation. Il met en relation l'utilisateur et les prestataires touristiques de la destination. La consommation touristique ne peut donc pas être mesurée par un indicateur lié au site web.

➤ **Indicateurs qualitatifs :**

- Notoriété : visibilité digitale de la destination ;
- Cohérence : s'inscrire dans la ligne éditoriale de la montagne buissonnière, ne pas aller à l'encontre de la notion d'éco montagne souhaitée par le collectif

➤ **Indicateurs quantitatifs selon les actions proposées par les candidats :**

- Trafic sur le site web
- Nombre d'impressions
- Nombre de visiteurs / nombre de pages vues
Tout autre indicateur pouvant être suggéré par l'agence
- Trafic : Les actions webmarketing devront rediriger prioritairement vers les supports d'information digitaux du MDV à savoir prioritairement le site Massif des Vosges ou ses versions étrangères

L'agence est libre de proposer la stratégie qui lui semble la plus pertinente. Elle sera également tenue de proposer les indicateurs en corrélation pour un suivi optimal, un calendrier et retro-planning et la ventilation/répartition budgétaire par action.

C. Livrables

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

1. **Un plan d'actions** : Au démarrage de la mission, un plan d'actions sera adressé à ADT comportant pour chaque action : les campagnes prévues, sujet, le rétro planning ainsi que la répartition du budget par action.
2. **Les propositions publicitaires** (encart social ads, wording google ads etc.)
3. **Des rapports d'analyse et performance** :
 - **Mensuels** - avec des recommandations si nécessaires pour l'application de mesures correctives
 - **Bilan global** - au terme de chaque campagne
 - **Bilan final** - reprenant l'ensemble des éléments de l'année

Ils comporteront des **bilans chiffrés des actions menées et une analyse qualitative des résultats** : récapitulatif des actions menées, leur impact, préconisations sur la suite de la mission ou la prochaine campagne de communication.

D. Budget

Le budget établi pour l'ensemble de ces prestations ne devra pas dépasser l'enveloppe globale, frais de gestion inclus, de **40 000 Euros TTC** qui sera à ventiler dans la proposition de l'agence selon les missions, actions et objectifs énoncés.

La proposition détaillera les honoraires de l'agence, la définition et mise en œuvre du plan d'actions, la gestion de projet, le montant consacré aux achats publicitaires.

En option, les frais de création graphique ainsi que d'autres options complémentaires jugées intéressantes par les candidats pourront être proposées.

VI. Eléments attendus en réponse à la consultation

- **Présentation détaillée** de l'agence, de l'ensemble de l'équipe mobilisée ainsi que de son engagement durable (social, économique et environnemental)
- **Références et expériences** sur des projets similaires : particulièrement dans les domaines de la communication digitale et du tourisme
- **Une note d'intention** : où sera détaillée la méthodologie imaginée pour l'ensemble du projet, une proposition de plan d'actions et un calendrier
- **Planning prévisionnel et méthodologie** : élaboration d'un macro-planning pour la partie « gestion du projet » et reporting
- **Une proposition tarifaire détaillée en TTC** (honoraires de l'agence, tarif de l'heure de conseil, détail des prestations et coûts pour chacune, méthodologie de travail...)

ADT n'est pas soumis à TVA (TVA non applicable selon l'article 293 B du Code Général des Impôts). Les offres devront obligatoirement être présentées en montant TTC.

VII. Jugement des offres

L'offre sera examinée au regard des critères d'attribution suivants et dans l'ordre :

- **Références (25%)**
Qualité de la méthodologie et plan d'actions proposés
Références et expériences de prestations dans la conduite de prestations similaires
Compétences de l'équipe : disponibilité du prestataire et délai d'exécution, qualité de la présentation, composition de l'équipe
- **Méthodologie et proposition d'actions (50%)**
Bonne compréhension des attentes, cibles, stratégies et contexte de la consultation
Prise en compte des objectifs, marchés et cibles
Optimisation du budget
Proposition d'outils de suivi et de bilan
- **Prix de la prestation (15%)**
L'offre doit comporter des postes bien distincts :
Les frais de gestion
Les frais publicitaires engagés par type d'action et par marché
En option le prix des créations et d'éventuels autres tarifs optionnels
- **Engagement durable du prestataire (10%)**

L'offre doit comporter des éléments justifiant de l'engagement de l'agence en faveur de la transition durable (démarche RSE ou autres actions).

Ces actions peuvent porter aussi bien sur les volets économique, sociétal, qu'environnemental, pour exemple :

- Développement de la qualité de service, tarification au juste prix, recours aux fournisseurs locaux, transparence vis-à-vis des fournisseurs, label responsable, choix de banque, sous-traitant type ESAT, participant à l'économie sociale & solidaire ;
- Egalité des chances et diversité, respect des droits des travailleurs, formation du personnel, bien-être au travail, hygiène et sécurité ;
- Limitation des déchets, utilisation raisonnée des ressources, transports, valorisation des énergies renouvelables plutôt que des énergies fossiles.

VIII. Calendrier de la consultation

| | |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| Diffusion de l'appel d'offre | Mercredi 8 mars 2023 |
| Date limite de réception des offres | Vendredi 24 mars 2023 17h00 |

| | |
|---|--|
| Analyse et évaluation des offres | Du 27 au 31 mars |
| Choix de l'agence retenue | Mardi 04 avril 2023 |
| Réponse aux candidats | Mercredi 05 avril 2023 |
| Réunion de cadrage et lancement de la mission | Jeudi 13avril de 10h à 12h soit de 14h à 16h |
| Fin Mission | Fin février 2024 |

IX. Modalités de règlement

1. Présentation des factures

Alsace Destination Tourisme – Massif des Vosges
Service Projets numériques et réseaux sociaux
A l'attention de Vincent Schneider
1 rue Camille Schlumberger
68000 Colmar
Email : vincent.schneider@adt.alsace

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 nom et l'adresse du débiteur (voir plus haut)
- le montant hors TVA des prestations et le montant de la TVA,
- le montant total des prestations exécutées,
- le détail des prestations avec une référence explicite au Massif des Vosges,
- 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.

2. Règlement du prestataire

Le prestataire sera réglé par chèque ou virement dans un délai de 30 jours fin de mois à compter de l'émission de la facture.

L'échéancier sera défini en lien avec le prestataire retenu en fonction du plan d'actions proposé.

La facturation devra être adressée à ADT avant le 1^{er} mars 2024 pour un paiement impératif avant le 31 mars 2024.

X. Dispositions générales

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 dans la grille tarifaire.

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 l'interdisent notamment toute communication écrite ou verbale sur ces sujets et toute remise de documents à des tiers sans l'accord préalable d'Alsace Destination Tourisme. CCP.

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.

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.

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, Alsace Destination Tourisme pourra appliquer après la mise en demeure préalable, des pénalités calculées par application de la formule suivante : $P = V \times N / 100$ 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 Alsace Destination 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.

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.

Résiliation

Alsace Destination Tourisme peut mettre fin à l'exécution des prestations faisant l'objet du présent marché avant l'achèvement de celui-ci, soit à la demande du titulaire, soit pour faute du titulaire, soit dans le cas des circonstances particulières. Alsace Destination Tourisme peut également mettre fin, à tout moment, à l'exécution des prestations pour un motif d'intérêt général. 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.

Absence de renonciation tacite

Le fait pour Alsace Destination 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 la dite 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.

Redressement ou liquidation

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

Redressement judiciaire

En cas de redressement judiciaire, Alsace Destination 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.

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, Alsace Destination 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. Alsace Destination 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.

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

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.

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 Colmar 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.

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.

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 d'Alsace Destination 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.

Dispositions particulières - Réserves sur l'attribution du marché

Le marché sera réalisé sous la condition expresse qu'Alsace Destination Tourisme dispose, pour la période concernée, des moyens financiers nécessaires. En conséquence, la réalisation du marché peut être remise en question. En cas de qualité insuffisante constatée au niveau de propositions faites par l'ensemble des candidats, Alsace Destination Tourisme se réserve le droit de ne pas attribuer le marché.

Fait à _
du prestataire _

Le

Signature

M. ou MME _

Société (ou entreprise)