

ACTE D'ENGAGEMENT VALANT CAHIER DES CLAUSES PARTICULIÈRES (AE-CCP)

SOMMAIRE

Article 1 : contractants	p. 3
Article 2 : dispositions générales.....	p. 5
Article 3 : documents contractuels.....	p. 6
Article 4 : présentation du maître d'ouvrage	p. 6
Article 5 : présentation du territoire.....	p 7
Article 6 : stratégie de développement touristique.....	p7
Article 7 : objet du marché.....	p 7
Article 8 : détails de la prestation demandée.....	p 8
Article 9 : obligations diverses	p. 11
Article 10 : délai de validité des offres	p. 13
Article 11 : modalités de règlement du prix.....	p. 13
Article 12 : pénalités.....	p. 15
Article 13 : assurance	p. 15
Article 14 : conditions de résiliation.....	p. 16
Article 15 : dérogation au CCAG	p. 16

ARTICLE 1 : CONTRACTANTS

Nom, prénom, qualité et adresse professionnelle du signataire :

M
Adresse électronique :@.....

agissant pour mon propre compte ;
 agissant pour le compte de la société :
.....
.....

agissant en tant que mandataire du groupement solidaire
 agissant en tant que mandataire solidaire du groupement conjoint
 agissant en tant que mandataire non solidaire du groupement conjoint

Prestataire individuel ou mandataire du groupement

Raison sociale :

Adresse :

.....

.....

Code postal :

Bureau distributeur :

Téléphone :

Fax :

Courriel :

Numéro SIRET :

Numéro au registre du
commerce :

Ou au répertoire des métiers
:

Code NAF :

En cas de groupement, cotraitant n°1

Cotraitant n°2

Raison sociale :Raison sociale :
Adresse : Adresse :
.....
.....
.....
Code postal : Code postal :
Bureau Bureau
distributeur : distributeur :
Téléphone :Téléphone :
Fax : Fax :
Courriel : Courriel :
Numéro SIRET :Numéro SIRET :
N° Reg. com. :N° Reg. com. :
N° rép. Métiers :N°.rép. Métiers :
Code NAF/APE :Code NAF/APE :

Cotraitant n°3

Cotraitant n°4

Raison sociale :Raison sociale :
Adresse : Adresse :
.....
.....
.....
Code postal : Code postal :
Bureau Bureau
distributeur : distributeur :
Téléphone :Téléphone :
Fax : Fax :
Courriel : Courriel :
Numéro SIRET :Numéro SIRET :
N° Reg. com. :N° Reg. com. :
N° rép. Métiers :N°.rép. Métiers :
Code NAF/APE :Code NAF/APE :

Engagement :

- après avoir pris connaissance des conditions d'exécution de la prestation,
- étant précisé que le CCAG applicable aux marchés de fournitures courantes et services (CCAG-FCS) est pleinement applicable,
- après avoir attesté que je ne tombe pas sous le coup des interdictions de soumissionner mentionnées aux articles L2141-1 à L2141-5 du Code de la Commande Publique,
- et après avoir respecté les dispositions des articles R2143-6 à R2143-10 45 du Code de la Commande Publique.

Je m'ENGAGE ou j'ENGAGE le groupement dont je suis mandataire, sans réserve, conformément aux conditions, clauses et prescriptions imposées par les pièces du marché, à exécuter les prestations qui me concernent, dans les conditions ci-après définies.

L'offre ainsi présentée ne nous lie toutefois que si la décision d'attribution intervient dans un délai de 120 jours à compter de la date limite de réception des offres.

ARTICLE 2 : DISPOSITIONS GENERALES**2-1 Objet**

Le présent marché a pour objet la conception des brochures de l'Office de Tourisme du Pays de Saint Gilles Croix de Vie.

2-2 Décomposition

Le montant du marché correspond au prix forfaitaire proposé par le prestataire pour la durée du marché (*soit 1 an*).

Le prix inclut tous les frais engagés par le prestataire pour l'exécution des prestations confiées conformément aux dispositions du CCAG-FCS.

Les prix sont fermes et définitifs.

Les prestations seront rémunérées par application d'un prix égal à :

Montant hors taxe : Euros

TVA (taux de %) : Euros

Montant TTC : Euros

Soit en lettres :

2-3 Décomposition de la consultation : lots, tranches et variantes

La présente consultation ne fait pas l'objet d'un allotissement car les différentes prestations demandées ne peuvent pas être dissociées. Il n'est pas non plus prévu de décomposition en tranches.

Les concurrents doivent obligatoirement présenter une offre entièrement conforme au dossier de consultation (offre de base). Mais ils peuvent également présenter, conformément aux articles R.2151-8 à R.2151-11 du Code de la Commande Publique entré en vigueur le 1^{er} avril 2019, une offre comportant des variantes. Celles-ci devront rester limitées aux dispositions prévues dans les caractéristiques techniques de l'article 4. Dans le cas où une ou des variantes sont proposées, elles devront être présentées dans le cadre d'une proposition technique descriptive, accompagnée de l'ensemble des documents en permettant l'analyse, et faisant apparaître clairement, le cas échéant, les modifications apportées aux caractéristiques techniques de l'article 4.

ARTICLE 3 : DOCUMENTS CONTRACTUELS

La présente consultation est constituée par les documents contractuels énumérés ci-dessous, par ordre de priorité décroissante :

Pièces particulières :

- Le présent AE-CCP et ses éventuelles annexes dont l'original sera conservé par le Pouvoir Adjudicateur.
- Le devis détaillé pour la durée du marché avec l'ensemble des postes : honoraires, cession de droits, etc...
- Mémoire technique, méthodologie du projet, rétroplanning.

Pièces générales :

- Code de la Commande Publique entré en vigueur le 1^{er} avril 2019.
- Le Cahier des Clauses Administratives Générales des Marchés Publics de Fournitures Courantes et Services (CCAG-FCS) approuvé par l'arrêté du 16 septembre 2009.
- De manière générale, l'ensemble des textes législatifs, réglementaires, conventionnels et normatifs applicables aux prestations à fournir.

Les pièces générales, bien que non jointes à la consultation, sont réputées être connues par les candidats.

ARTICLE 4 : PRESENTATION DU MAITRE D'OUVRAGE

L'Office de Tourisme (OT) du Pays de Saint Gilles Croix de Vie regroupe les Bureaux d'Information Touristique de Saint Hilaire de Riez, Saint Gilles Croix de Vie, Brétignolles sur Mer et Brem sur Mer et a notamment pour objectif la promotion des 14 communes du Pays de Saint Gilles Croix de Vie.

La structure exploite par ailleurs trois sites touristiques communautaires : le Vélo-Rail à Commequiers, le Moulin des Gourmands à Saint Révérend et Escale Pêche à Saint Gilles Croix de Vie.

Conformément à ses statuts, l'OT a pour notamment pour mission la promotion et le développement touristique de la destination.

L'OT du Pays de Saint Gilles emploie 22 salariés permanents à l'année, renforcés par une équipe d'une vingtaine de saisonniers durant la période estivale.

ARTICLE 5 : PRESENTATION DU TERRITOIRE

Le Pays de Saint Gilles Croix de Vie représente 4% de la superficie (29 224 ha) et 7,5% de la population (52 526hab.) du territoire vendéen. Il constitue avec les cantons de Saint Jean de Monts et des Sables d'Olonne, la zone touristique la plus fréquentée de la Vendée. Le territoire de compétence regroupe les communes suivantes : L'Aiguillon sur Vie, Brem sur Mer, Brétignolles sur Mer, La Chaize Giraud, Coëx, Commequiers, Le Fenouiller, Givrand, Landevieille, Notre Dame de Riez, Saint Gilles Croix de Vie, Saint Hilaire de Riez, Saint Maixent sur Vie, Saint Révérend.

Composé d'une large bande littorale et d'un arrière-pays dit "rétro-littoral", c'est un territoire riche et varié qui puise son identité principalement dans sa très grande attractivité touristique et par la qualité de son cadre de vie.

Le territoire concentre près de 207 416 lits touristiques soit 26% de la capacité d'accueil de la Vendée. La clientèle touristique est surtout familiale, de moyenne et grande proximité : Ile de France, Centre et Pays de la Loire. L'image de la destination est associée à la mer et aux activités nautiques, au vélo loisirs, à l'environnement et à l'authenticité. Plusieurs aspects touristiques cohabitent sur la zone : balnéaire, environnementale, patrimoniale, gastronomique, sportif...



ARTICLE 6 : STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

En 2023, le cabinet Emotio Tourisme a accompagné l'Office de Tourisme pour définir sa nouvelle stratégie de développement touristique. Le résultat de cette étude a permis de définir un nouveau positionnement stratégique : « L'Océan, le plus bel endroit de la Terre », ainsi qu'un plan d'actions à développer durant 5 ans.

La restitution de cette étude est présentée en ANNEXE 1.

ARTICLE 7 : OBJET DU MARCHÉ

Les prestations à fournir comprennent :

- la conception (création graphique, illustration, exécution, mise en page, retouche photos) de supports type guides touristiques, cartes touristiques avec proposition de titre, de rubriques et de mise en page à partir de données transmises par l'OT : texte, charte, iconographie et tout autre élément destiné à figurer sur le document.
- la photogravure.

- le suivi de fabrication.
- la version numérique de chaque support en Haute Définition et Basse Définition.

Le titulaire devra transmettre gratuitement le fichier vectoriel de chaque brochure à l'Office de Tourisme et permettre à celui-ci de pouvoir le ré-utiliser comme défini dans l'article 9 relatif à la propriété intellectuelle.

ARTICLE 8 : DETAILS DE LA PRESTATION DEMANDEE

Style général de la conception - orientations graphiques :

La création se voudra dynamique, moderne et classieuse. La présentation sera par ailleurs lisible. Selon les supports de communication, des illustrations pourront être demandées. Une recherche d'originalité et des partis pris innovants sont attendus. Tous les documents devront s'inspirer du code marque de l'OT du Pays de Saint Gilles Croix de Vie. Un même principe graphique devra être décliné sur les différents guides de façon à créer une collection harmonieuse.

Les textes seront transmis par l'OT sous la forme de fichiers Word, Excel, Pdf ou autres. Néanmoins, une mission de rewriting des titres et sous-titres pourra être demandée.

Traductions :

Pour les versions étrangères de certains supports, les traductions seront fournies par l'OT.

Iconographie :

La majorité des visuels sera fournie par l'OT (mise à disposition de sa photothèque). Néanmoins des achats d'art seront à prévoir le cas échéant.

Pour une mise en page graphique décalée et moderne, une compétence d'illustrateur est demandée : création d'illustrations sur mesure notamment pour les couvertures de certains guides.

Il est attendu que l'agence soit force de proposition et apporte conseils et suggestions.

GUIDE HERBERGEMENTS

Caractéristiques techniques

Intérieur : 54 pages - Couverture : 4 pages

Format à la française : 21 x 27 cm

Papier :

- intérieur 115 g/m² couché 1/2 mat

- couverture 250 g/m² couché 1/2 mat

Impression : quadri recto verso

Façonnage : broché

Une création d'illustration pour la couverture peut être à prévoir.

Cette brochure présentera l'offre d'hébergements du Pays de St Gilles Croix de Vie organisée par catégories (aires camping-cars, campings, hôtels, chambres d'hôtes, villages et centres de vacances, résidences de tourisme, accueil groupes, locations de vacances et de particuliers...), puis par ville et par classement.

La présentation des hébergements se fera sous forme d'un tableau récapitulatif (pack basique).

Les titres et intitulés de rubriques seront traduits en anglais et allemand (traductions transmises par nos soins). Un plan de situation complètera la présentation des hébergements.

GUIDE TOURISTIQUE

Caractéristiques techniques :

Intérieur : de 144 pages - Couverture : 4 pages

Format à la française : 14,8 x 21 cm

Papier :

- intérieur 90 g/m² couché 1/2 mat

- couverture 200 g/m² couché 1/2 mat. Finition Soft Touch recto 1ère et 4ème de couv'

Impression : quadri recto/verso

Façonnage : dos carré collé

Ce guide pratique recensera l'ensemble de l'offre touristique du Pays de Saint Gilles Croix de Vie en 3 thématiques bien distinctes : loisirs (activités balnéaires, nautiques, patrimoniales, de loisirs et de visites), gastronomie (restaurants, bars, producteurs) et enfin commerces et services. Dès lors, ces rubriques devront être graphiquement clairement identifiées et mises en évidence. La présentation devra être moderne, dynamique et claire... L'information sera déclinée sous forme textuelle et sous forme d'encarts publicitaires chartés mais aussi non chartés.

Les titres seront traduits en anglais et allemand (traductions fournies par nos soins).

Une création d'illustration pour la couverture peut être à prévoir.

HORAIRE DES MAREES

Caractéristiques techniques :

Format : 10 cm x 15 cm plié - 30 cm x 15 cm ouvert

Papier : 150 g/m² - couché 1/2 mat

Impression : quadri recto verso

Façonnage : 3 volets - 2 plis accordéon

Livraison : 4 points 85

Document pratique recensant les horaires de marées pour chaque mois de l'année sous forme de tableaux. Une création d'illustration pour la couverture peut être à prévoir.

CARTE TOURISTIQUE / PASS AVANTAGE

Caractéristiques techniques :

Format : 10 x 15 cm plié - 60 x 50 cm ouvert

Façonnage : 4 plis accordéon correspondant, 3 plis roulés – 20 volets

Papier : couché ½ mat - 90 g/m²

Impression : quadri recto/verso

Recto : carte touristique du Pays de Saint Gilles Croix de Vie présentant l'offre de loisirs sous forme de pictogrammes.

L'OT peut fournir différentes couches au format SIG (ex : Shape). Les données fournies seront brutes : équipement et services, contours communaux, réseaux routiers, hydrologie...

Elle peut aussi fournir un export au format vectoriel (svg) intégrable dans un logiciel de création graphique vectorielle (Illustrator).

La mise en page et la conception graphique de la cartographie seront à réaliser sous validation du maître d'ouvrage.

Verso : encarts chartés des partenaires du Pass.

Une création d'illustration pour la couverture peut être à prévoir.

GUIDE MULTILINGUE

Caractéristiques techniques :

Intérieur : 16 pages - Couverture : 4 pages

Format à la française : 14,8 x 21 cm

A fournir en format numérique uniquement.

Document destiné à la clientèle étrangère. Différentes versions pourront-être demandées : anglais, allemand.... Cette édition reprendra la partie "loisirs" du guide touristique présenté précédemment, avec un contenu rédactionnel simplifié. Pas d'encart publicitaire pour cette édition. Traductions fournies par l'OT.

GUIDE DES VISITES GUIDEES

Caractéristiques techniques :

Intérieur : 16 pages - Couverture : 4 pages

Format à la française : 14,8 x 21 cm

Papier : 140 g/m² - couché 1/2 mat

Impression : quadri recto verso

Façonnage : 2 piques à cheval

Document pratique recensant l'ensemble des visites guidées de l'Office de Tourisme par thème avec un tableau synthèse du calendrier 2025 en fin de dépliant.

Une création d'illustration pour la couverture peut être à prévoir.

1^{ère} ET 4^{ème} DE COUV POUR GUIDE DES RANDONNEES PEDESTRES ET CYCLABLES

Caractéristiques techniques :

Création d'illustration et / ou un travail de mise en page de la 1^{ère} et de la 4^{ème} de couverture pour nos 2 topo-guides (cyclable et pédestre), en cohérence avec le reste de notre ligne éditoriale.

9-1 Régime des droits de propriété intellectuelle

Le titulaire accorde à l'Acheteur, les droits nécessaires pour utiliser ou faire utiliser les résultats, en l'état ou modifiés, de façon permanente ou temporaire, en tout ou partie, par tout moyen et sous toutes formes, pour les besoins et finalités d'utilisation exprimés dans les documents particuliers du marché et en toute hypothèse pour les besoins d'utilisation découlant de l'objet des prestations commandées dans le cadre du marché.

Les besoins d'utilisation de l'Acheteur comprennent le droit de :

- Publier et utiliser les résultats consistant en des documents préparatoires, tels que plans, études préalables ou spécifications, pour la mise en œuvre des besoins auxquels ils répondent.
- Evaluer ou faire évaluer par tout tiers à tout moment les résultats.
- Pouvoir procéder aux opérations d'archivage public.
- Permettre à tout service au sein de la même personne morale que l'Acheteur de pouvoir utiliser les résultats dans les mêmes conditions et finalités d'utilisation.
- Assurer ou faire assurer par tout tiers l'évolution de tous résultats, en ce compris réaliser ou faire réaliser par tout tiers, la maintenance (*corrective, préventive, adaptative et évolutive*) des résultats consistant en des logiciels.
- Transférer les droits sur les résultats à tout tiers bénéficiaire d'un transfert de compétences de l'Acheteur.

Le titulaire concède à l'Acheteur à titre non exclusif les droits patrimoniaux afférents aux résultats, pour les finalités et besoins découlant de l'objet de l'accord-cadre.

Cette cession des droits couvre les résultats, à compter de leur livraison et sous condition résolutoire de la réception des prestations, pour le monde entier et pour la durée légale des droits.

Ces droits comprennent, dans le respect des droits moraux, l'ensemble des droits patrimoniaux de reproduction, de représentation et de distribution, et notamment les droits d'utiliser, d'incorporer, d'intégrer, d'adapter, de modifier, d'arranger, de corriger, de traduire les résultats en toutes langues, en tout ou en partie, en l'état ou modifiés pour les finalités et besoins d'utilisation mentionnés au présent article, tels qu'applicables au marché.

Le droit de reproduction comporte, dans le respect des droits moraux, notamment le droit de reproduire les résultats, pour quelque usage que ce soit, par quelque procédé que ce soit, connu ou inconnu y compris non prévisible, sur tout support actuel ou futur et sans limitation de nombre tel que papier, électronique, numérique, analogique, magnétique, optique, vidéographique, pour toute exploitation, y compris en réseau sans limitation de nombre, en tout ou partie, en l'état ou modifiés, par tous procédés et sur tous supports.

Le droit de représentation et de distribution comporte, dans le respect des droits moraux, notamment le droit de communication au public et de mise à disposition du public des résultats.

Compte tenu de leur nature, les résultats suivants font l'objet d'une cession à titre exclusif :

- 1 - Les résultats ayant pour objet de distinguer l'identité propre de l'Acheteur et/ou de ses services ou produits par rapport aux autres entités, services ou produits (*tels que dénominations, logos, slogans, chartes graphiques*). La cession comporte pour ces résultats le droit pour l'Acheteur, de procéder à tous dépôt ou réservation en tant que marque, nom de domaine, comptes de réseaux sociaux et plus généralement signe distinctif, et/ou de dessin et modèle quels que soient les territoires et les classes de dépôt, ainsi que le droit de distribuer ou commercialiser directement ou indirectement auprès de tout public, sans limite de nombre, tout produit ou service portant les résultats et plus généralement de les utiliser à titre de marque et/ou signes distinctifs.

2 - Les résultats ayant pour objet de promouvoir l'Acheteur ses produits et services et plus généralement ses missions de service public (*telles que campagnes de promotion, ou de communication*).

3 - Les résultats qualifiés de confidentiels.

Le titulaire s'interdit de déposer ou de réserver notamment à titre de marque ou de signes distinctifs (*y compris noms de domaine ou comptes de réseaux sociaux*) les résultats mentionnés aux 1 et 2.

Le prix de cette cession est forfaitairement compris dans le montant du marché.

En cas de cessation du marché, pour quelque cause que ce soit, l'Acheteur conserve les droits d'utilisation applicables à l'accord-cadre.

Les données intégrées ou générées dans ce présent accord-cadre sont confidentielles et appartiennent exclusivement à l'Acheteur. Le titulaire dispose d'un accès à ces données aux seules fins de l'exécution de l'accord-cadre. Il s'interdit d'en faire un quelconque usage, direct ou indirect, en dehors des prestations commandées, sauf autorisation préalable et expresse de l'Acheteur.

Au terme de l'exécution du marché ou en cas de résiliation, le titulaire restitue sans délai à l'Acheteur une copie de l'intégralité des données confiées par lui dans le cadre de la prestation. Une fois la restitution effectuée, le titulaire détruit, dans un délai de trois mois, les éventuelles copies de données détenues dans son système d'information, y compris les données ayant fait l'objet de sauvegardes ou d'un archivage. La restitution et la destruction des données sont constatées par un procès-verbal daté et signé par le titulaire. Les procédés de destruction sont conformes aux réglementations en vigueur. L'Acheteur, ou l'organisme mandaté à cette fin, peut, pendant une période de 6 mois, à compter de la fin ou de la résiliation du marché, exercer un contrôle dans les locaux du titulaire et, le cas échéant, dans ceux des sous-traitants afin de vérifier que les dispositions en matière de destruction des données ont été effectivement appliquées.

9-2 Protection des Données à Caractère Personnel

Conformément à l'article 4.1 du RGPD : "constitue une donnée à caractère personnel toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable ; est réputée être une personne physique identifiable une personne physique qui peut être identifiée, directement ou indirectement, notamment par référence à un identifiant".

L'article 28 du RGPD relatif à la sous-traitance de traitement de données à caractère personnel s'applique à cet accord-cadre.

En cas de manquement par le titulaire ou son sous-traitant à ses obligations légales et contractuelles relatives à la Protection des Données à Caractère Personnel, le marché peut être résilié pour faute.

9-3 Assurances

Conformément à l'article 9.1 du CCAG-FCS, le titulaire doit contracter les assurances permettant de garantir sa responsabilité à l'égard de l'Acheteur et des tiers, victimes d'accidents ou de dommages causés par l'exécution des prestations.

Par dérogation à l'article 9.2 du CCAG-FCS, le titulaire doit justifier avant la notification du marché et avant tout début d'exécution de celui-ci, qu'il est titulaire de ces contrats d'assurances, au moyen d'une attestation établissant l'étendue de la responsabilité garantie.

A tout moment durant l'exécution du marché, le titulaire doit être en mesure de produire cette attestation, sur demande de l'Acheteur et dans un délai de quinze jours à compter de la réception de la demande.

9-4 Réparation des dommages

Les dommages de toute nature, causés au personnel ou aux biens de l'Acheteur par le titulaire, du fait de l'exécution du marché, sont à la charge du titulaire.

La responsabilité du titulaire subsiste entière, tant en ce qui concerne les oublis, défauts, vices et malfaçons, qu'en ce qui concerne les accidents qui pourraient en être la conséquence pendant l'exécution des prestations demandées.

ARTICLE 10 : DELAI DE VALIDITE DES OFFRES

Le délai de validité des offres est de 120 jours à compter de la date limite de réception de ces dernières.

ARTICLE 11 : MODALITES DE REGLEMENT DU PRIX

11-1 Généralités

Les modalités de règlement des comptes du présent marché seront conformes aux modalités stipulées au CCAG-FCS.

Les factures, portant les références du marché, seront établies au nom de :

**Office de Tourisme du Pays de Saint Gilles Croix de Vie
ZAE du Soleil Levant - CS 63 669 - Givrand
85806 SAINT GILLES CROIX DE VIE CEDEX**

et adressées à l'adresse ci-dessus ou via le système de facturation électronique CHORUS PRO pour les entreprises rattachées à ce système.

11-2 Règlement des comptes

Les demandes de paiement sont datées et comportent, outre les mentions légales, les indications suivantes :

- l'intitulé de la consultation,
- les noms, n° Siret et adresse du créancier,
- le numéro de son compte bancaire ou postal tel qu'il est précisé à l'acte d'engagement,
- le détail et le montant des prestations exécutées,
- la date d'exécution des prestations,
- le taux et le montant de la TVA et les taxes parafiscales le cas échéant,
- le numéro de TVA intercommunautaire du titulaire,
- en cas de sous-traitance, la nature et le montant des prestations exécutées par le sous-traitant.

11-3 Délai de paiement

Le délai global de paiement ne pourra excéder 30 jours par mandat administratif selon les dispositions de l'article R.2192-10 du Code de la Commande Publique entré en vigueur le 1^{er} avril 2019.

Le point de départ du délai global de paiement des acomptes est la date de réception de la demande de paiement par la collectivité.

Toute demande de paiement ne comportant pas l'ensemble des renseignements demandés ne pourra être acceptée, et donnera lieu à notification motivée d'un sursis au paiement, adressé par mail ou par lettre recommandée AR au fournisseur pour correction.

Au cas où la facture présentée en règlement n'est pas conforme aux prestations exécutées ou n'est pas présentée comme il est indiqué au point 7-2 supra, il sera opposé un sursis de paiement au cocontractant, applicable jusqu'à exécution complète des prestations concernées par la demande de paiement, ou jusqu'à production des pièces justificatives mentionnées au courrier portant sursis de paiement dans les conditions du décret du 29 mars 2013.

Cette suspension interruptrice du délai global de paiement, reprend une fois que les corrections demandées ont été apportées, ou que le service a été fait, avec cependant un solde minimum de 30 jours calendaires incluant le délai du comptable assignataire. Ainsi, dans l'éventualité où une anomalie imputable au titulaire est corrigée et donne lieu à réception d'une facture conforme, reçue après le 30^{ème} jour suivant réception de la demande initiale de paiement, le délai global de paiement applicable à la nouvelle facture est alors de 30 jours.

11-4 Paiement

La personne publique contractante se libèrera des sommes dues au titre du présent marché en faisant porter le montant au crédit du ou des comptes suivants :

- *Ouvert au nom de :*

pour le montant de :	
Domiciliation :
Code banque : Code guichet : N° de compte : Clé RIB :
IBAN :
BIC :

Le titulaire doit joindre son RIB avec son offre.

11-5 Avances, acomptes, paiements partiels non définitifs

Sauf renoncement du titulaire porté ci-dessous, le versement d'une avance de 5 % sera effectué si le montant du marché est supérieur à 50 000 € hors taxes et selon les modalités prévues aux articles R2191-3 à R2191-10 du Code de la Commande Publique.

A compléter par le candidat si le montant du marché est supérieur à 50 000 € HT :

- Sans objet Accepte l'avance (5,00%) Refuse l'avance

A défaut d'indication, je suis réputé avoir renoncé au versement de l'avance.

Les prestations font l'objet de paiements d'acomptes, paiements partiels non définitifs, après constatation du service fait dans les conditions prévues par les articles L2191-1, L2191-4 et R2191-20 à R2191-22 du Code de la Commande Publique. Le caractère définitif des paiements interviendra au moment du solde.

11-6 Cotraitants et sous-traitants

Le règlement en cas de cotraitants ou sous-traitants payés directement et d'action directe d'un sous-traitant, sera effectué conformément aux dispositions du CCAG-FCS.

11-7 TVA

Sauf dispositions contraires, tous les montants figurant au présent marché sont exprimés en euros hors taxes (le taux de TVA applicable sera précisé).

11-8 Intérêts moratoires

En cas de retard de paiement, le titulaire a droit au versement d'intérêts moratoires, ainsi qu'à une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant de 40 €. Le taux des intérêts moratoires est égal au taux d'intérêt appliqué par la Banque centrale européenne à ses opérations principales de refinancement les plus récentes, en vigueur au premier jour du semestre de l'année civile au cours duquel les intérêts moratoires ont commencé à courir, majoré de huit points de pourcentage.

ARTICLE 12 : PENALITES

Concernant les pénalités journalières, les stipulations de l'article 14.1 du CCAG-FCS s'appliquent. Par dérogation à l'article 14.1.3 du CCAG-FCS, le titulaire n'est pas exonéré des pénalités dont le montant total ne dépasse pas 300 euros HT pour l'ensemble du marché.

ARTICLE 13 : ASSURANCE

Le titulaire doit contracter les assurances permettant de garantir sa responsabilité à l'égard du Pouvoir Adjudicateur et des tiers, victimes d'accidents ou de dommages causés par l'exécution des prestations.

Le titulaire doit justifier avant la notification du contrat et avant tout début d'exécution de celui-ci, qu'il est titulaire de ces contrats d'assurances, au moyen d'une attestation établissant l'étendue de la responsabilité garantie.

À tout moment durant l'exécution du contrat, le titulaire doit être en mesure de produire cette attestation, sur demande du Pouvoir Adjudicateur et dans un délai de quinze jours à compter de la réception de la demande.

ARTICLE 14 : CONDITIONS DE RESILIATION

Par dérogation aux articles 38 à 45 du CCAG-FCS, l'Acheteur peut résilier le contrat sans que le titulaire puisse demander un droit à indemnité.

Par dérogation à l'article 45 du CCAG-FCS, en cas de résiliation, il sera passé un marché avec un prestataire pour l'achèvement des prestations, sous toute forme de la Commande Publique décidée par la personne publique.

ARTICLE 15 : DEROGATIONS AU CCAG

Dérogation à l'article 3.7.5 du CCAG-FCS par l'article 1.3.2 du CCAP
Dérogation à l'article 4.1 du CCAG-FCS par l'article 2-1 du CCAP
Dérogation à l'article 4.2.1 du CCAG-FCS par l'article 2-1 du CCAP
Dérogation à l'article 20.2.2 du CCAG-FCS par l'article 5-2-1-1 du CCAP
Dérogation à l'article 9.2 du CCAG-FCS par l'article 6-3 du CCAP
Dérogation à l'article 4.2.2 du CCAG-FCS par l'article 7-3 du CCAP
Dérogation à l'article 14.1.3 du CCAG-FCS par l'article 8-1 du CCAP
Dérogation aux articles 38 à 45 du CCAG-FCS par l'article 8-4 du CCAP

ENGAGEMENT DU CANDIDAT

Fait en un seul original

A, le

Signature du Candidat

Porter la mention manuscrite « Lu et approuvé »

Le candidat veillera à compléter les pages 3, 5, 14 (et 4 le cas échéant).

ACCEPTATION DE L'OFFRE PAR LE POUVOIR ADJUDICATEUR

Est acceptée la présente offre pour valoir acte d'engagement

Offre de Base :

Variante :

A, le

Signature du représentant du Pouvoir Adjudicateur

AFOM : ATOUTS ET FAIBLESSES

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Une position géographique centrale sur le littoral vendéen, • Dans le top 5 des destinations phares vendéennes, • Un territoire qui combine littoral et campagne, • Une destination propice à l'accueil des familles, • De forts marchés régionaux en avant saison, • Un territoire authentique, préservé, • Une offre en hôtellerie de plein air très dense, • L'offre d'activités nautiques, • Les vignobles vendéens qui se développent et dont la notoriété se renforce, • Un Office de Tourisme qui est particulièrement dynamique, 	<ul style="list-style-type: none"> • Une saisonnalité très marquée, avec une difficulté de développer l'activité sur les ailes de saison [même si en progrès], • Une faible part étrangère : 14%, • L'Île d'Yeu très peu mise en avant dans la communication alors que c'est un atout clé, • Écart important entre littoral et rétro-littoral, • Difficultés à remplir l'avant et arrière-saison, • Mobilités sur place [sans voiture], transport public, • Manque d'activités événementielles, d'événements clés ou thématiques, ... • Difficultés de logements pour les saisonniers. • Très grande part de résidences secondaires [maisons vides l'hiver et difficulté de se loger pour les locaux].

AFOM : OPPORTUNITÉS ET MENACES

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Attrait renforcé pour des espaces naturels préservés : quête de tranquillité, d'authenticité, de nature, ... • Intérêt pour le slow tourisme et les déplacements doux, • Développement des mobilités douces, notamment du cyclotourisme, • Force d'attraction de la côte Atlantique, • Des ailes de saison de plus en plus agréables, • Cibles de nouvelles clientèles sur les ailes de saison : excursionnistes, entreprises pour petits séminaires, jeunes pour de courts séjours [2/3 jours], semaine de surf, combinaison entre courts séjours et télétravail, ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la fréquentation sur le littoral [surtourisme saisonnier, acceptation par les habitants, ...], • Pérennité des activités touristiques de qualité face aux difficultés de recrutements de saisonniers, • Concurrence avec des destinations voisines, • Mutation des hébergements : atomisation [Airbnb], sortie de locations des réseaux marchands, perte de contrôle local, • Recul de l'usage de l'auto dans la société : des aménagements et services favorisant les mobilités, • A court terme : logement des saisonniers, résidentialisation accrue, perception négative du tourisme, • Crises économiques, sanitaires, environnementales, ... • A moyen terme, recul démographique : âge moyen de plus en plus élevé, • Et pas de parole sur l'écologie, l'urgence climatique...

NOUVEAU POSITIONNEMENT - 1

PAYS DE SAINT-GILLES-CROIX-DE-VIE
TOURISME

L'océan, le plus bel endroit de la
terre

NOUVEAU POSITIONNEMENT - 2



PAYS DE SAINT GILLES
CROIX DE VIE
TOURISME

L'OCÉAN, LE PLUS BEL ENDROIT DE LA TERRE

NOUVEAU POSITIONNEMENT - 3

Justifications :

- Une adaptation de la promesse d'Air France [Faire du ciel le plus bel endroit de la terre] qui lie vos deux grands espaces de vie, de stimulation, d'économie [l'océan : les plaisirs nautiques, les industries, la pêche... ; la terre : les balades, les productions agricoles, le calme, la nature...].
- L'océan : votre priorité et celle de vos visiteurs et touristes.
- Le plus bel endroit : la photo est belle, toute l'année, en 360°.
- La terre : on n'oublie pas d'inviter à la circulation, à la découverte de la destination, de ses productions, de ses espaces de loisirs et de patrimoine.
- Une attractivité spatiale et d'activité [on suppose une bonne liaison entre marketing touristique et marketing territorial].
- Un positionnement volontaire, un engagement collectif, un mouvement.
- Une dimension durable induite, une affirmation de contemplation, sans occulter l'utilisation [l'exploitation] de l'océan et de la terre.

En contre-point :

- Un message plus orienté sur l'attractivité et relevant a priori un peu moins de l'intention touristique.

#2

PLAN D' ACTIONS

AXES STRATÉGIQUES - 1

AXE 1 : LIER LITTORAL ET RÉTRO-LITTORAL

AXE 2 : ÉVOLUTION DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

AXE 3 : PRISE EN COMPTE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

AXE 4 : ÉVOLUTION DES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

AXES STRATÉGIQUES - 2

<p>AXE 1 : Lier littoral et rétro-littoral</p>	<p>Renforcer le maillage entre le littoral [dominant] et le rétro-littoral [peu mis en avant] par les mobilités mais également en étoffant l'offre de sites de visites, d'animations, de circuits découvertes [circuits gourmets par exemple].</p>
<p>AXE 2 : Évolution des hébergements marchands</p>	<p>Faire évoluer l'offre en hébergements marchands en proposant une offre plus qualitative [accompagnement, rénovation, création] et plus adaptée [clientèles étrangères].</p>
<p>AXE 3 : Prise en compte du développement durable</p>	<p>Renforcer l'engagement en faveur d'un tourisme durable, notamment sur les mobilités [navette, pistes cyclables pour tous, chemins de balades piétons et vtc, covoiturage, partage auto et vélo...], faire progresser l'engagement des hébergeurs dans les démarches de labellisation, engager le territoire dans une démarche collective.</p>
<p>AXE 4 : Évolution des missions de l'Office de Tourisme</p>	<p>Donner les moyens à l'Office de Tourisme de mieux accompagner ses socio-professionnels et partenaires dans le développement de l'activité touristique : réseaux de restaurateurs, formations linguistiques, développement des clientèles étrangères en lien avec le département et la région, ...</p>