



Comité Départemental du Tourisme du Tarn

Hôtel Reynes – 10 rue des Grenadiers

81000 ALBI

Règlement de consultation et cahier des charges technique

Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de communication globale 2023-2026

- Procédure formalisée avec négociation
- **Date limite de remise des offres : 26 septembre 2022 à 20h**
- Date de la publication : 25 août 2022

Sommaire

REGLEMENT DE LA CONSULTATION

- 1- Acheteur
- 2- Objet de la consultation
- 3- Dispositions générales
- 4- Dossier de consultation
- 5- Présentation des candidatures et des offres
- 6- Examen des candidatures et jugement des offres

CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE

- 1- Objet de la consultation
- 2- Présentation et contexte
- 3- Présentation des prestations objet du marché
 - 3.1 -Stratégie de communication globale
 - 3.2 -Stratégie média
 - 3.3 - Média planning et optimisation
 - 3.4 - Stratégie social media
- 4- Délais de commencement d'exécution
- 5- Droit de propriété intellectuelle et industrielle
- 6- Droits des auteurs et droit de la personnalité
- 7- Eléments de réponses attendues du candidat

ACTE D'ENGAGEMENT

- 1- Identification
- 2- Sous-traitance
- 3- Bordereau de prix unitaire
- 4- Déclarations



REGLEMENT DE LA CONSULTATION

1- Acheteur

Nom et adresse du pouvoir adjudicateur

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DU TARN

(association loi 1901)

Ci-après nommé TARN TOURISME

Adresse postale : Hôtel Reynes – 10 rue des Grenadiers 81000 ALBI

Tél : 05 63 77 32 10

Monsieur Paul SALAVADOR, Président du Comité Départemental du Tourisme du Tarn

Représenté par Madame Valérie ESCANDE, directrice

Dans le cadre de sa mission de promotion et de valorisation de l'offre touristique du département du Tarn, le Comité Départemental du Tourisme met en œuvre une stratégie de promotion de la destination Tarn.

Ses missions s'organisent autour des axes suivants :

- l'évaluation et l'observation économique du territoire
- développer l'attractivité du territoire en s'appuyant sur les destinations tarnaises ou territoires infra-départementaux
- contribuer à la professionnalisation des acteurs, à la montée en gamme de l'offre.

2– Objet de la consultation

La présente consultation a pour objet « L'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de communication globale ». L'objet de la consultation est précisé » à partir de la page 10 dans la partie « Cahier des charges techniques ».

3- Dispositions générales

Procédure de passation : La consultation est passée selon la procédure avec négociation en application des articles L. 2124- 3, et de R. 2161-12 à R. 2161-20 du Code de la commande publique.

Forme du marché : marché de services non décomposé en lots compte tenu de la spécificité de son objet et du caractère indissociable des prestations.



Durée du contrat : contrat d'un an, renouvelable 2 fois.

Délai de validité des offres : le délai de validité des offres est de 90 jours à compter de la date limite de remise des offres. En cas de négociation, ce délai est renouvelé et court à compter de la date limite de réception des offres négociées.

Forme juridique de l'attributaire : Conformément aux articles R. 2142-19 à R. 2142-27 du Code de la commande publique, les entreprises soumissionnaires peuvent se présenter sous la forme d'un groupement conjoint ou solidaire. Le pouvoir adjudicateur n'impose aucune forme de groupement. Dans le cas où le titulaire du présent marché est un groupement conjoint, le mandataire du groupement est solidaire pour l'exécution du marché de chacun des membres du groupement. Les candidats peuvent présenter une offre, soit en qualité de candidat individuel, soit en qualité de membre d'un groupement.

Prix : L'unité monétaire est l'euro. Les prix sont établis aux conditions économiques en vigueur à la date limite de remise des offres. Ils sont réputés fermes. Les prix de règlement sont établis à partir des tarifs proposés dans l'offre TTC du titulaire exprimée en euros.

Langue utilisée

La langue devant être utilisée dans le cadre de la présente procédure de passation est le français. Tous documents rédigés dans une autre langue doivent être accompagnés de sa traduction en français. Les pièces non traduites seront déclarées irrecevables.

Modification de détail au dossier de consultation

Les candidats n'ont pas à apporter de modifications au dossier de consultation des entreprises. Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit d'apporter au plus tard 10 jours avant la date limite fixée pour la réception des offres, des renseignements complémentaires au cahier des charges. Les candidats devront alors répondre sur la base du cahier des charges modifié sans pouvoir élever aucune réclamation à ce sujet.

Si pendant l'étude du dossier par les candidats, la date limite fixée pour la remise des offres est reportée, le pouvoir adjudicateur se réserve le droit d'apporter au plus tard 10 jours avant la nouvelle date limite fixée pour la réception des offres, des renseignements complémentaires au cahier des charges.

Abandon de la procédure

Le Comité Départemental du Tourisme du Tarn se réserve le droit de mettre fin à la consultation à tout moment de la procédure, pour un motif d'intérêt général (article R. 2185-1 du Code de la commande publique). Les candidats en seront informés et ne pourront prétendre à aucune indemnisation.

4- Dossier de consultation des entreprises

Contenu du Dossier de Consultation des Entreprises (DCE)

Le dossier de consultation contient les pièces suivantes :

- Le règlement de la consultation,
- Le contenu technique du cahier des charges,
- L'acte d'engagement et son annexe de sous-traitance,
- Le bordereau de prix,

Mise à disposition du dossier de consultation par voie électronique

Conformément aux articles R. 2132-2 et R. 2132-3 du Code de la commande publique, la présente consultation fait l'objet d'une procédure dématérialisée.

Cette procédure permet aux candidats qui le souhaitent de télécharger les documents du dossier de consultation sur un réseau électronique et de déposer une offre par voie électronique via un profil acheteur (plateforme dématérialisée AWS-Achat) à l'adresse suivante : www.ladepeche-legales.com/accueil.htm

Préalablement au téléchargement du dossier de consultation, il est conseillé aux candidats de procéder à la déclaration de leur identité en indiquant :

- Le nom de la personne téléchargeant le dossier de consultation,
- La raison sociale,
- L'adresse postale,
- Une adresse électronique valide qui permet d'informer les candidats des éventuelles modifications du dossier de consultation.

Toute modification du dossier de consultation fait l'objet d'un envoi de message électronique à l'adresse e-mail qui a été indiquée lors du téléchargement du dossier. Il est donc nécessaire de vérifier très régulièrement les messages reçus sur cette adresse. La responsabilité de l'acheteur public ne saurait être recherchée si le candidat a communiqué une adresse erronée, s'il n'a pas souhaité s'identifier ou s'il n'a pas consulté ses messages en temps et en heure. Le candidat vérifiera également que les alertes de la plateforme ne sont pas filtrées par le dispositif anti-spam de l'entreprise ou redirigés vers les « courriers indésirables ».

Par ailleurs, l'attention des opérateurs économiques qui téléchargent le dossier en version électronique est attirée sur le fait que transmettre des copies du dossier à d'autres opérateurs économiques est déconseillé, dans la mesure où le CDT DU TARN ne peut communiquer des compléments d'information ou des réponses aux questions posées par les candidats qu'aux seuls opérateurs économiques dont elle a connaissance par le biais d'un téléchargement sur sa plateforme dématérialisée ou par une demande écrite de dossier papier. Les opérateurs économiques qui seraient destinataires du dossier de consultation par un autre moyen ne pourront avoir la même information que les autres candidats, et ne pourront pas se prévaloir d'un éventuel préjudice en découlant.

Les messages sur la plateforme

Les échanges de documents, questions, réponses peuvent être réalisés via la plateforme afin d'en assurer une meilleure traçabilité. La messagerie est également utilisée pour informer les opérateurs économiques de différents événements tels que :

- Nouvelle version d'un document,
- Demande de précision,
- Lettre de rejet, etc...

Attention : certains serveurs de messagerie présents dans le système informatique des candidats peuvent filtrer des envois venant de la plate-forme. Les candidats doivent être vigilants sur ce point.

5- Présentation des candidatures et des offres

Les documents relatifs à la candidature à produire

Sur la base des pièces produites par les candidats à l'appui de leurs candidatures, ces dernières seront examinées au regard de leurs capacités professionnelles, techniques et financières.

Conformément à l'article R. 2143-4 du Code de la commande publique, le candidat peut présenter sa candidature sous la forme d'un document unique de marché européen (DUME). Ce document doit également être rédigé en français.

OU

- DC1 « Lettre de candidature » complétée, datée et signée,
- DC2 « Déclaration du candidat » complétée, datée et signée, comportant les informations suivantes ou accompagné des documents suivants :
 - o Déclaration concernant le chiffre d'affaires global et le chiffre d'affaires du domaine d'activité faisant l'objet du présent marché, réalisés au cours des trois derniers exercices disponibles ;
 - o Une liste des principaux services fournis sur des projets similaires de préférence sur des projets touristiques institutionnels, au cours des trois dernières années indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé ;
- Une déclaration indiquant les effectifs moyens annuels du candidat et l'effectif du personnel d'encadrement pendant les trois dernières années ;
- ATTRI 1 (ex-DC3) « L'acte d'engagement » daté et complété
- En cas de redressement judiciaire, une copie du jugement prononcé à cet effet et preuve que l'autorisation de poursuite d'activité couvre la période correspondant à la durée du marché
- Attestation d'assurance professionnelle en cours de validité
- Les DC1, DC2 et ATTRI 2 (ex-DC4) sont téléchargeables à l'adresse suivante : economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-du-candidat Toute autre pièce que le candidat estime de nature à appuyer sa candidature sera acceptée.



L'équipe qui sera en charge du projet, devra être présentée.

En cas de groupement :

Le candidat joindra pour chaque membre du groupement l'intégralité des pièces et justificatifs susmentionnés. Une seule lettre de candidature (Formulaire DC1) devra être déposée et signée par tous les membres du groupement. Chaque membre du groupement remplit le formulaire DC2. Un seul acte d'engagement (formulaire ATTRI 1 : ex-DC3) devra être déposé et complété par le mandataire du groupement.

Conformément à l'article R. 2142-3 du Code de la commande publique, si le candidat s'appuie sur les capacités d'autres opérateurs économiques, il justifie des capacités de ce ou ces opérateurs économiques et apporte la preuve par tout moyen approprié, qu'il en disposera pour l'exécution du marché public.

En cas de sous-traitance :

Pour justifier des capacités professionnelles, techniques et financières d'un ou plusieurs sous-traitants, le candidat produit les mêmes documents concernant le sous-traitant que ceux exigés des candidats par le pouvoir adjudicateur (formulaire DC2 ou autres documents sus mentionnés). Par ailleurs, il adresse une déclaration spéciale (modèle type ATTRI 2 (ex- DC4) et accessible à l'adresse suivante : <https://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-du-candidat>

Les documents relatifs à l'offre à produire

Les agences candidates devront transmettre obligatoirement les pièces suivantes à l'appui de son offre :

- une recommandation stratégique présentant le contexte, la méthodologie, le planning et la description de l'ensemble des dispositifs envisagés pour la définition d'une stratégie de communication. Cette première proposition sera ensuite retravaillée plus précisément avec l'agence retenue, en collaboration avec nos équipes.
- une présentation de l'équipe en charge du projet, précisant les compétences associées
- des modalités d'organisation et de fonctionnement (pilotage, validation...)
- une estimation budgétaire la plus précise possible. Un devis détaillé pour chacune des prestations attendues est demandé.

6 – Examen des candidatures et jugement des offres

Le candidat indiquera ses coordonnées postales, téléphoniques, ainsi qu'une adresse email qui sera utilisée pour communiquer durant toute la durée de la procédure.

Examen des candidatures

Seront éliminés par le pouvoir adjudicateur :

- Les candidatures qui ne seraient pas accompagnées des pièces mentionnées ci-dessus. Néanmoins, avant de procéder à l'examen des candidatures, s'il apparaît que des pièces du dossier de candidature

sont manquantes ou incomplètes, le pouvoir adjudicateur peut décider de demander à tous les candidats concernés de produire ou compléter ces pièces dans un délai identique pour tous les candidats qui ne saurait être supérieur à 10 jours. Le pouvoir adjudicateur rappelle qu'il ne s'agit pas d'une obligation et invite les candidats à porter la plus grande attention dans la composition du dossier de candidature afin qu'il soit complet à la date de remise des offres.

- Les candidatures qui ne présentent pas de capacités professionnelles, techniques et financières suffisantes. La capacité sera appréciée sur la base des pièces produites par les candidats à l'appui de leurs candidatures.

- Les candidatures dans lesquelles le candidat se trouve dans un cas d'interdiction de soumissionner, mentionné aux articles L. 2141-1 et suivants du Code de la commande

Jugement des offres :

Tarn Tourisme retiendra la proposition la plus avantageuse économiquement, appréciée en fonction de la pondération suivante :

- prix et cohérence du prix global : 30%

- valeur qualitative : 60%. Ces critères qualitatifs porteront sur les références, les compétences en stratégie de communication, la connaissance des enjeux touristiques locaux, la qualité de la note de synthèse, la capacité de l'agence à comprendre et dérouler notre stratégie marketing, la créativité et l'originalité de la recommandation, la fiabilité de l'agence et la méthodologie proposée.

- Actions RSE et développement durable : 10%

Négociation

Après l'examen et le classement des offres initiales, le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de négocier avec les deux premiers candidats ou avec tous les candidats. Néanmoins, conformément aux articles R. 2161-17 du Code de la commande publique, le pouvoir adjudicateur a la possibilité d'attribuer le marché public sur la base des offres initiales sans négociation. La négociation pourra porter sur tous les éléments de l'offre du candidat.

Conformément aux articles R. 2152-1 et R. 2152-2 du Code de la commande publique, les offres initiales inappropriées et les offres initiales anormalement basses seront éliminées avant la phase de négociation. Les offres irrégulières non anormalement basses et les offres inacceptables seront notées et classées lors des phases successives de négociation, si le pouvoir adjudicateur décide de négocier avec les deux premiers candidats ou avec tous les candidats.

A l'issue de la négociation, les offres inacceptables et/ou irrégulières peuvent être régularisées à condition qu'elles ne soient pas anormalement basses.

A l'issue de la négociation, après confirmation par chaque candidat concerné des modifications éventuelles de son offre, le pouvoir adjudicateur choisira l'offre économiquement la plus avantageuse **selon les critères pondérés définis précédemment.**

Remise électronique des offres

Les candidats doivent déposer une offre par voie électronique via le site Internet accessible à l'adresse www.ladepeche-legales.com/accueil.htm



Important : merci de prendre en compte le temps de chargement de vos documents sur la plateforme (pouvant prendre plusieurs dizaines de minutes). Une fois l'horaire dépassé, l'offre ne sera pas recevable par le CDT du Tarn.

Le support téléphonique de la plateforme n'intervient plus dans l'heure qui précède la date et heure limites de dépôt. S'il intervient sur appel entrant, il ne peut pas garantir la résolution des problèmes du fait du manque de temps restant avant la date limite de dépôt.

Pour chaque document sur lequel une signature est exigée, la signature doit émaner d'une personne habilitée à engager l'entreprise. Cette personne est soit le représentant légal du candidat, soit toute autre personne bénéficiant d'une délégation de pouvoir ou de signature établie par le représentant légal du candidat.

Signature électronique

Le candidat n'est pas dans l'obligation de signer électroniquement les documents constitutifs de la candidature et de l'offre. Toutefois, le candidat pressenti sera dans l'obligation de fournir avant notification un acte d'engagement signé en original.

Dans le cas où le candidat souhaite signer les documents, il devra signer électroniquement les pièces de leur dépôt en utilisant un certificat de signature électronique. Ce certificat doit être délivré par une autorité de certification accréditée et permettre de faire le lien entre une personne physique et le document signé électroniquement.

QUESTIONS DES CANDIDATS

Les candidats peuvent poser des questions sur les documents de la consultation, pendant la durée prévue par le présent règlement de consultation, par l'intermédiaire de la plateforme soit une semaine avant la date de la remise des offres.

Les candidats ayant choisi ce mode de transmission recevront la réponse sous la même forme. Un accusé de réception est délivré au candidat en cas de demande de renseignements complémentaires.

Pour obtenir des renseignements d'ordre administratifs et techniques qui seraient nécessaires au cours de leur étude, les candidats devront faire parvenir par mail uniquement (direction@tourismetarn.com), au plus tard 9 jours calendaires avant la date et l'heure limite de remise des offres, leur demande à : Valérie Escande Directrice du Comité Départemental du Tourisme du Tarn

VOIES ET DELAIS DE RECOURS

En cas de litige, seul le Tribunal Administratif de TOULOUSE est compétent en la matière.



CAHIER DES CHARGES TECHNIQUES

1- Objet de la consultation

La présente consultation a pour objet la désignation d'un ou plusieurs prestataires pour l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de communication globale en collaboration avec l'équipe de Tarn Tourisme et dans le cadre de ses orientations marketing.

2- Contexte

La destination Tarn en quelques chiffres

Avec plus de 6,6 millions de nuitées touristiques, plus de 300 000 euros de retombées économiques et près de 5000 emplois, le tourisme fait partie des composantes majeures de l'économie du Département.

La capacité d'accueil

Le Tarn offre une capacité d'accueil totale de 104 000 lits dont 25 733 de lits en hébergements marchands (24%).

39% en hôtellerie de plein air et 31% en locatif.

L'hébergement non marchand représente 76% de la capacité d'accueil.

Segmentation des marchés de clientèle

72% des touristes du Tarn privilégient l'hébergement non marchand lors de leur venue (résidences secondaires, séjours en familles ou amis).

Plus de la moitié du bassin de clientèle du Tarn vient de l'Occitanie (52%) et plus d'un quart des régions limitrophes : Auvergne-Rhône Alpes (13%), Nouvelle-Aquitaine (8%) et PACA (6%).

Sur l'été, les principaux départements d'origine des visiteurs sont la Haute-Garonne, le Tarn, et l'Hérault.

21% des nuitées étrangères dont 13% pour la clientèle espagnole, 11% pour la clientèle belge, 10% pour la clientèle britannique.

1,2 millions de visiteurs en 2021 dans les sites de visites et activités de loisirs du Tarn avec dans le top 5 des sites les plus visités : La Cathédrale Sainte-Cécile, complexe L'archipel à Castres, l'espace nautique Atlantis, Cap Découverte et le Musée Toulouse-Lautrec.

Une présentation complète des chiffres clés du département est disponible sur [tourisme-tarn-pro.com](https://www.tourisme-tarn-pro.com/wp-content/uploads/2022/04/chiffrecles2021.pdf) : <https://www.tourisme-tarn-pro.com/wp-content/uploads/2022/04/chiffrecles2021.pdf>



Les bilans et enquêtes sont disponibles également sur <https://www.tourisme-tarn-pro.com/chiffres-et-statistiques/>

La communication

Depuis 2016, fruit d'une collaboration avec l'agence Leon Travel and Tourism, la communication de Tarn Tourisme s'appuie sur une plateforme de marque et une ligne éditoriale avec un positionnement affirmé :

Le Tarn, La destination qui fait du bien.

Avec des plaisirs simples, des vacances qui font du bien. Prendre le temps, prendre du plaisir, déconnecter. Se retrouver, se ressourcer et partager.

Une authenticité non galvaudée.

La ligne éditoriale avec un axe qui est d'informer, dialoguer avec légèreté et fantaisie grâce à ce bon copain qui ne manque pas de style. Un style détendu et incisif avec une pincée de mots occitans, de l'argot à bon escient et par gourmandise quelques mots recherchés, des pointes d'humour.

Ce positionnement se décline sur l'ensemble des actions de communication de Tarn Tourisme :

- La production de contenus : une stratégie de production de contenus (photos et vidéos) ultra-qualitatifs pour faire rayonner le Tarn
- Une stratégie social media
- Les campagnes publicitaires : des campagnes publicitaires impactantes sur nos marchés de proximité principaux Toulouse et Montpellier (affichage, partenariat PQR...)
- des relations presse tout au long de l'année
- La création et diffusion d'un magazine de séduction Le Petit Espanté

Les rapports d'activités sont disponibles sur : <https://www.tourisme-tarn-pro.com/> ainsi que la charte graphique et éditoriale.

Les orientations marketing

Depuis 2016, la stratégie de Tarn Tourisme a permis de travailler la notoriété du Tarn sur nos marchés de proximité principaux (Toulouse, Montpellier, Bordeaux) en s'appuyant notamment sur les destinations tarnaises (territoires infra-départementaux), conforter la clientèle famille et couple CSP+.

En 2023, Tarn Tourisme se doit de poursuivre et concentrer ses efforts sur des clientèles bien identifiées en :

- Confortant les clientèles actuelles (proximité et française)
- Augmenter la « consommation du territoire »

En 2022, dans un contexte de crise post-COVID, un environnement en pleine mutation économique, sociologique et sociétale, Tarn Tourisme a amorcé une réflexion autour du tourisme durable. Accompagné par le cabinet ID-TOURISME, un travail sur la politique RSE avec la production d'un plan



d'actions opérationnels sur 3 ans avec des axes opérationnels portant notamment sur la transition écologique de notre communication.

3- Présentation des prestations objet du marché

3.1 -Stratégie de communication globale

La prestation de l'agence de communication portera sur la définition d'une stratégie de communication globale en étroite collaboration avec l'équipe marketing/communication de Tarn Tourisme. L'agence se devra d'être la garante de cette stratégie à 3 ans sur le volet communication en proposant un plan d'actions de communication sur cette durée. Il sera précisé et réajusté chaque année en fonction des résultats et de l'évolution des besoins.

Cette stratégie inclut :

- L'approche créative qui doit prendre en compte le positionnement actuel
- Les choix stratégiques média et hors média

Un rôle d'expertise, de conseil et de définition des axes à développer est attendu de la part de l'agence retenue. Elle deviendra un partenaire de confiance et de proximité pour Tarn Tourisme. Elle devra faire preuve d'un grand sens de l'innovation pour être force de propositions de manière à apporter des éléments de conseil et formaliser ces éléments en stratégie (éditions, vidéos, événementiel et web).

Il est demandé au prestataire d'être en capacité de :

- travailler dans la continuité de l'univers graphique existant tout en faisant preuve de créativité et d'adaptation
- réaliser des supports de communication finalisés et mettre à disposition des supports de base personnalisables et déclinables par l'équipe communication de Tarn tourisme
- être force de proposition de contenus graphiques et rédactionnels print et web,
- exécuter des supports,
- assurer une prestation de conception/réalisation,
- assurer des prestations rédactionnelles,
- concevoir et piloter la réalisation de vidéos.

Ces missions peuvent être récurrentes ou ponctuelles

3.2 -Stratégie média

L'agence retenue sera missionnée pour conseiller Tarn Tourisme sur les investissements publicitaires sur tous les supports médias (print, audiovisuel et numériques). A partir de la stratégie de communication et des objectifs marketing, le prestataire soumettra sa recommandation média, détaillée et justifiée.

3.3 - Média planning et optimisation

Sur la base de la stratégie média validée par Tarn Tourisme et préalablement à tout achat d'espace, le prestataire établira un plan média comprenant :

- les supports de diffusion,
- la date de diffusion, le format, l'emplacement,
- les tarifs brut et net, remises déduites,
- les frais techniques éventuels liés à la diffusion.

3.4 - Stratégie social media

L'agence retenue sera force d'analyse et de préconisations quant à la stratégie social media en cours et à venir, ainsi que sur les tendances et nouveaux medias. La prestation portera sur du conseil et de l'expertise en social media. L'agence retenue devra questionner la stratégie social media actuelle de Tarn Tourisme et définir les axes de communication pour les trois années à venir : objectifs, ligne éditoriale, animation, évolution des contenus, partenariat avec des influenceurs, visibilité, sponsoring, recrutement, etc.

4 – Délais de réalisation

La stratégie de communication est établie sur la base d'un plan à 3 ans.

5- Droits de propriété intellectuelle et industrielle

L'utilisation des résultats est soumise aux dispositions de l'option B de l'article 25 du CCAG Propriété Intellectuelle. Le CDT du Tarn aura la propriété pleine et entière des prestations ci-après, dénommées « résultats » : études, créations graphiques, maquettes, matériels, dessins, photographies, démonstrations, logos, polices de caractères spécifiques, applications communicantes... quels que soient leur nature, leur forme et leur support.

Il sera opéré, au profit du CDT du Tarn, la cession à titre exclusif de tous les droits patrimoniaux de propriété intellectuelle que le titulaire peut détenir sur les résultats. Cette cession comprend pour tout pays et sans limitation de durée :

- le droit de reproduire ou de faire reproduire les résultats sans limitation de nombre, en tout ou en partie, par tous moyens et procédés, sur tous supports et tous matériaux tant actuels que futurs, connus ou inconnus (notamment sur support papier, plastique, numérique, magnétique, électronique ou informatique, CD-Rom, réseau, etc....),
- le droit de représenter ou de faire représenter les résultats et, par tous moyens de diffusion et de communication actuel ou futur, connu ou inconnu, notamment par tout réseau de télécommunication,
- le droit d'adapter, modifier, transformer, faire évoluer, en tout ou en partie, les résultats, d'en intégrer tout ou partie vers ou dans des œuvres existantes ou à venir, et ce sur tout support,



- le droit de traduire ou de faire traduire les résultats, en tout ou en partie, en toute langue et de reproduire les résultats en résultant sur tout support,

- le droit de faire tout usage et d'exploiter les résultats pour les besoins de ses activités propres ou au bénéfice de tiers à quelconque titre que ce soit.

Le prix de la cession des droits est compris dans la rémunération perçue par le titulaire au titre des prestations du marché.

6-Droits des auteurs et droit de la personnalité

Le titulaire s'engage, en vertu de sa responsabilité professionnelle, à fournir au CDT du Tarn des créations juridiquement disponibles.

Droits des Auteurs

Le titulaire fait son affaire d'obtenir des auteurs, inventeurs, graphistes, photographes et plus généralement concepteurs, qu'ils soient ou non ses salariés ou ses fournisseurs la cession des droits de propriété intellectuelle énumérés plus haut. En tout état de cause, le titulaire prémunit le CDT DU TARN contre toute revendication des tiers quant aux droits de propriété intellectuelle et lui garantit l'exercice paisible.

Droits de la Personnalité

Le titulaire s'engage à obtenir au nom et pour le compte du CDT du Tarn, l'autorisation d'utiliser l'image ou un des éléments de la personnalité des personnes physiques, qui collaborent à une campagne de communication du CDT du Tarn. Pour les mannequins ou autres professionnels, outre cette autorisation, le titulaire obtiendra la cession des droits d'utilisation conformément aux besoins définis par le CDT du Tarn. Une fois négociés, le titulaire communiquera au CDT du Tarn, les contrats relatifs à la cession des droits ci-dessus mentionnés. Pendant tout le temps où les documents appartenant à/ou concernant le CDT du Tarn, seront en la possession du titulaire du marché, celui-ci en sera responsable et les considérera comme confidentiels. A l'expiration du présent marché, ou à tout autre moment sur la demande du CDT du Tarn, tous ces documents lui seront remis.

7-Éléments de réponse attendus du candidat

Il est demandé au candidat d'indiquer dans son offre de façon détaillée pour chacun des chantiers et sous-chantiers ci-dessus présentés :

- La méthodologie générale proposée
- Un descriptif du contenu proposé pour chaque point

Le candidat pourra s'il le souhaite annexer à son offre des propositions complémentaires visant à atteindre les objectifs quantitatifs énoncés et à améliorer le suivi qualitatif du projet dans son ensemble (gestion de la relation prestataires, titulaires des cartes, management du projet).



ACTE D'ENGAGEMENT

1- Identification :

Le contractant est une entreprise individuelle : compléter la rubrique **(A)**

Le contractant est une société : compléter la rubrique **(B)**

Le contractant est un groupement : compléter la rubrique **(C)**

- (A)** Je soussigné, (Nom et prénoms).....
- Agissant en mon nom personnel
 - Domicilié à : (adresse complète)
 -
- Numéro de téléphone :
- Immatriculé(e) à l'INSEE :
 - Numéro d'identité d'entreprise (SIREN) :
 - Numéro d'identité d'établissement (SIRET) :
 - Code d'activité économique principale (APE) :
 - Numéro d'inscription au Registre du Commerce :

- (B)** Je soussigné, (Nom et prénoms)
- Agissant au nom et pour le compte de la société (intitulé complet et forme juridique de la société) :.....
 -
 - Ayant son siège social à : (adresse complète)
 -
 -
- Numéro de téléphone :
- Immatriculé(e) à l'INSEE :

(C) Nous soussignés,

A compléter (**1 fiche par entreprise**) au choix, selon la nature de l'entreprise :

Nom et Prénom :

Agissant en mon nom personnel

Domicilié à :

.....

Téléphone :

- Immatriculé(e) à l'INSEE :
- Numéro d'identité d'établissement (SIRET) :
- Code d'activité économique principale (APE) :
- Numéro d'inscription au Registre du Commerce et des sociétés : (1)

OU

Nom et Prénom :

Agissant pour le nom et pour le compte de la société : (2).....

Au capital de :

Ayant son siège social à :

.....

Téléphone :

- Immatriculé(e) à l'INSEE :
- Numéro d'identité d'établissement (SIRET) :
- Code d'activité économique principale (APE) :
- Numéro d'inscription au Registre du Commerce et des sociétés : (1)

(1) : remplacer, s'il y a lieu, « registre du commerce et des sociétés » par « répertoire des métiers »

(2) : intitulé complet et forme juridique de la société

- M'ENGAGE, (NOUS NOUS ENGAGEONS) sans réserve, conformément aux conditions, clauses et prescriptions des documents visés ci-dessus, à exécuter les prestations aux conditions ci-après qui constituent mon (notre) offre.



- AFFIRME, (AFFIRMONS) sous peine de résiliation de plein droit du marché, que la société pour laquelle j' (nous) intervins (intervenons) est titulaire d'une police d'assurance garantissant l'ensemble des responsabilités qu'elle encourt :

Compagnie :

N° Police :

L'offre ainsi présentée ne me (nous) liant toutefois que si son acceptation m' (nous) est notifiée, dans un délai de 90 jours à compter de la date de remise de l'offre.

Dans le cas d'un groupement :

L'entreprise

est le mandataire des entrepreneurs groupés **solidaires**.

2- Sous-traitance :

Il est envisagé de sous-traiter les prestations suivantes aux sous-traitants figurants dans le tableau ci-dessous :

Sous-traitants	Nature de la prestation

Chaque annexe constitue une demande d'acceptation du sous-traitant concerné et d'agrément de ses conditions de paiement, demande qui est réputée prendre effet à la date de notification du marché.

3- Bordereau de prix unitaire

Un devis détaillé peut venir compléter le bordereau de prix général ci-dessous.

	Montant HT	Montant TTC
Honoraires de conseil / accompagnement en communication (ANNUEL)		
Honoraires de gestion (achat d'espace par exemple)		
Autres honoraires appliqués (merci de préciser)		

4- Déclarations

Fait en seul original

À..... le.....

Mention(s) manuscrite(s)

« Lu et approuvé »

Signature(s) du (ou des) prestataires

Article 5 : Approbation du marché

Est acceptée la présente offre pour valoir acte d'engagement.

Le représentant légal du maître de l'ouvrage

A Albi, le.....

Le Président du Comité Départemental du Tourisme

du Tarn,