

ACHETEUR :

PROVENCE PROMOTION
Les Docks Atrium 10.5
10, place de la Joliette BP 45607
13567 MARSEILLE CEDEX 02

CAHIER DES CLAUSES PARTICULIERES

La procédure utilisée est la procédure de marché public à procédure adaptée en application de l'article 42 de l'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et de l'article 27 du Décret du n°2016-360 du 25 mars 2016
Accord cadre à bons de commandes en application des articles 78 et 80 du Décret n° 2016-360 du 25 mars 2016

Marché de service relation publique et presse

SOMMAIRE

Article 1. OBJET DU MARCHE

Article 2. FORME DU MARCHE

Article 3. MODALITES D'EXECUTION DU MARCHE

Article 4. DUREE DU MARCHE ET DELAIS D'EXECUTION

Article 5. PIECES CONSTITUTIVES DU MARCHE

Article 6. PENALITES

6.1 Pénalités de retard

6.2 Autres pénalités

Article 7. PRIX

7.1. Contenu et détermination des prix

7.2. Forme des prix

Article 8. RETENUE DE GARANTIE

Article 9. CESSION OU NANTISSEMENT DES CREANCES

Article 10. MODALITES DE REGLEMENT

10.1. Modalités de paiement

10.2. Délais de paiement

Article 11. SOUS-TRAITANCE

Article 12. OBLIGATIONS DU TITULAIRE

12.1 Désignation des personnes représentant le Titulaire auprès de l'acheteur

12.2 Remplacement du responsable des prestations

12.3 Confidentialité

12.4 Protection des données à caractère personnel

12.5 Propriété des actes produits dans le cadre de la présente prestation

Article 13. OBLIGATIONS TECHNIQUES DU TITULAIRE

Article 14. EXECUTION AUX FRAIS ET RISQUES DU TITULAIRE

Article 15. ADMISSION, AJOURNEMENT, REFACTION ET REJET DES PRESTATIONS

Article 16. RESILIATION

Article 17. LITIGES

Article 18. DEROGATIONS AU CCAG-FCS

Article 1. OBJET DU MARCHÉ

Les stipulations du présent cahier des clauses particulières (CCP) concernent le marché de service d'une agence de relation publique et presse chargée de travailler avec l'Agence de développement économique PROVENCE PROMOTION, ci-après dénommé l'Acheteur.

Présentation de PROVENCE PROMOTION

Provence Promotion, agence de développement économique des Bouches-du-Rhône a pour mission principale d'attirer les investisseurs sur la Métropole Aix-Marseille-Provence. Créée en 1998, elle est financée à parité par la CCI Marseille-Provence le Conseil Départemental et la Métropole Aix-Marseille Provence.

Elle travaille notamment sur les 6 filières prioritaires (santé, énergie, logistique/tertiaire supérieur, aéronautique/naval, investissements touristiques) ce principalement en France et sur les marchés nord européens, Canada, USA et Asie.

L'association a également pour objet :

- d'apporter son concours à toute action de promotion et de développement économique des territoires et entreprises du département des Bouches-du-Rhône menées par tous les acteurs économiques publics ou privés sur le plan régional, national, international ;
- d'aider à faire connaître, en France et à l'étranger, les atouts du territoire dans les domaines de l'économie, de la recherche et de l'enseignement supérieur, des salons et congrès, du tourisme, de la production agricole, de la culture et du sport ;

Cibles

Le cœur de cible de Provence Promotion est celui des investisseurs qui correspond aux missions assignées à l'association :

- les entreprises exogènes au Département des Bouches-du-Rhône, en recherche d'implantation,
- les créateurs d'entreprises exogènes au Département des Bouches-du-Rhône, étant précisé que sont visés des créateurs dans des secteurs innovants (programme Home Sweet Home / Start in Provence),
- les investisseurs exogènes au Département des Bouches-du-Rhône, à la recherche de partenariats : action Go Between dans le domaine des rachat/transmission,
- les entreprises du Département des Bouches-du-Rhône mobiles à risque de délocalisation (cible endogène).

Par ailleurs, PROVENCE PROMOTION s'adresse également à des prescripteurs, qui permettent d'atteindre les entreprises et de relayer l'information. Ce sont les réseaux officiels de développement économique tels les bureaux à l'étranger de Business France. Les grands cabinets de consultants, d'audits, réseaux de financement représentent aussi ces relais.

Contexte

Depuis 20 ans PROVENCE PROMOTION est la maison commune des acteurs du territoire engagés dans l'attractivité : Université, pôles de compétitivité, Euroméditerranée, GPMM, l'aéroport et aujourd'hui des nouveaux acteurs comme les accélérateurs.

L'agence a accompagné un grand nombre d'entrepreneurs exogènes dans leurs investissements sur le territoire (1200 entreprises). Ils sont à ce jour la meilleure preuve d'attractivité économique de ce territoire. Il est fondamental pour PROVENCE PROMOTION, s'appuyant sur cette communauté d'entrepreneurs nationaux et internationaux, de bâtir et de diffuser un récit d'attractivité plus large pertinent, attractif et tangible, associant les autres talents ayant rejoint le territoire dans les domaines de la science, de la culture, du sport.

A partir des témoignages de chacun d'entre eux l'agence de développement économique des Bouches-du-Rhône bâtit un storytelling. Lorsque PROVENCE PROMOTION interroge les entreprises françaises et étrangères qui ont fait le choix d'investir sur le territoire, quatre moteurs de l'attractivité reviennent :

- Croissance économique

Elles citent la croissance économique selon différents critères que sont la croissance physique (aménagement), démographique ou encore de flux (marchandises, touristes). Le territoire en grande mutation permet aujourd'hui à une entreprise avec des perspectives de développement d'anticiper et de s'étendre assez facilement et ce grâce aux nouveaux projets, chantiers, plateformes. Comparé à d'autres territoires où tout est beaucoup plus figé, un avantage concurrentiel ressort.

- Ouverture au monde

L'ouverture au monde renforcée par sa position pour le commerce international permettant aux entreprises un développement sur des marchés multinationaux arrive aussi comme un critère décisif.

- Diversification

La diversification des filières s'appuyant sur la plus forte concentration de pôles de compétitivité de France, l'émergence de projets du type Henri Fabre ou PIICTO et les plateformes industrielles, The Camp et le nombre important de secteurs de pointe font de Marseille-Provence, un territoire adapté aux besoins de diversification des entreprises et répondant à la demande « *d'open innovation* ». Très longtemps contesté par son manque de spécificité, le multisectoriel est aujourd'hui un réel atout.

- Bien-être des talents

Equilibre entre développement personnel et vie professionnelle des collaborateurs correspond à l'un des critères actuels de localisation d'un nouvel établissement. Notre territoire est incontestablement en tête, avec en complément d'atouts naturels, un dynamisme initié entre autres par MP 2013.

Objectifs et enjeux du marché

Fort de cette expérience PROVENCE PROMOTION souhaite aller plus loin dans la construction et la diffusion de cette actualité reposant sur celle des talents et entreprises implantés et des grands projets du territoire véritables vecteurs d'attractivité; Henri Fabre pour le secteur de l'aéronautique, les plateformes industrielle pour lesquelles un appel à manifestation d'intérêt est en cours (Provence Industry'Nov) et Thecamp autour d'une French Tech Aix Marseille Provence qui renforce sa structuration et les manifestations (JO 2024, Manifesta, Grand Prix de F1).

Pour ce faire PROVENCE PROMOTION lance un programme d'influence avec 2 personnes dédiées l'une déléguée internationale pour faire du lobbying auprès de groupements d'entreprises, de fédérations, de journalistes, d'influenceurs experts et de certains services de l'État travaillant sur la thématique de l'attractivité de la France et l'autre par ailleurs manager du pôle promotion pour la partie presse et réseaux sociaux.

L'objectif sera d'informer des succès de nouveaux arrivants (entrepreneurs et talents de différents univers, culturels, sportifs...), des réalisations économiques et de promouvoir les grands projets, favoriser le rôle de prescripteur afin de susciter l'intérêt des décideurs nationaux et internationaux pour investir sur le territoire. Ces relations publiques et presse se feront à Paris.

L'objectif est de mettre en place et mettre en œuvre des campagnes de relations publiques et presse traditionnelle et 2.0, développer des contacts des secteurs économiques définis et faire du lobbying, représenter l'agence auprès d'un réseau de journalistes de groupement d'entreprises de différentes filières de syndicat de groupement d'intérêt et de décideurs publics, négocier l'intervention d'experts du territoire auprès de salons spécialisés et organiser des conférences de presse thématiques.

Le présent marché a pour objet de confier à une agence de relation presse, une mission consistant en :

- l'identification des sujets repris par la presse économique, généraliste et spécialisée nationale et internationale ;
- l'identification de la presse française et étrangère et les journalistes (américaine, suisse, chinoise...) pouvant reprendre l'actualité
- le rassemblement et l'optimisation du contenu ;
- la rédaction de communiqués de presse ;
- la diffusion de communiqués de presse ;
- l'organisation de voyages de presse.

L'objectif est de valoriser les portraits d'entrepreneurs et talents ayant choisi le territoire en les étayant de l'actualité des grands projets du territoire.

L'agence ou l'équipe dédiée à cette mission devra être au contact direct des rédactions des organes de presse dans un souci de connaissance de ce qui peut et doit être diffusé et qui sera repris par les rédactions.

Article 2. FORME DU MARCHÉ

Le présent marché est un marché non alloti.

L'acheteur justifie ce choix en raison de l'objet du marché qui ne permet pas l'identification de prestations distinctes au sens de l'article 32 de l'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015.

Article 3. MODALITES D'EXECUTION DU MARCHÉ

Le marché est un marché à bons de commande sans montant minimum et avec un montant maximal pour toute la durée du marché de 89 999 euros.

Article 4. DUREE DU MARCHÉ ET DELAIS D'EXECUTION

Le marché prendra effet à compter de sa notification au Titulaire.

Le marché est passé pour une durée d'une année à compter de la notification du marché.

Le marché pourra être reconduit par l'Acheteur, par décision tacite, à une reprise, pour une période de un an.

Si l'Acheteur décide de ne pas reconduire le marché il en informera le Titulaire par lettre recommandée avec accusé de réception trois mois avant le terme du marché.

Les délais d'exécution seront fixés par les bons de commande émis par l'Acheteur.

Article 5. PIECES CONSTITUTIVES DU MARCHÉ

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

- L'Acte d'engagement (A.E.) dûment renseigné et signé et ses annexes,
- Le Bordereau des prix dûment renseigné et signé,
- Le présent Cahier des Clauses Particulières (C.P.P) approuvé et signé,
- Le Cahier des Clauses Administratives Générales applicable aux Fournitures Courantes et des Services (CCAG-FCS) pris par arrêté en date du 19 janvier 2009,
- Le Cadre de mémoire technique dûment renseigné et signé.

Article 6. PENALITES

6.1 Pénalités de retard

Le Titulaire du marché encourt, sans mise en demeure préalable, une pénalité de 50 euros par jour de retard pour la rédaction des communiqués de presse.

6.2 Autres pénalités

Le Titulaire du marché encourt, sans mise en demeure préalable, une pénalité de 500 euros en cas de diffusion d'un communiqué de presse ou contenu non validé par l'Acheteur.

Article 7. PRIX

7.1 Contenu et détermination du prix

L'unité monétaire utilisée est l'euro.

Les prix du marché sont établis hors T.V.A et tous frais inclus. Ils sont réputés comprendre notamment toutes les charges fiscales ou autres frappant obligatoirement la prestation, les frais postaux, de télécommunication, de reprographie, de secrétariat et tous les frais afférents aux déplacements (transport, temps de transport, hébergement et restauration) du Titulaire.

Les montants à verser au Titulaire sont calculés en appliquant le taux de T.V.A en vigueur lors de l'exécution des prestations.

Les prestations seront rémunérées par application des prix forfaitaire et unitaire indiqués dans le Bordereau des prix.

7.2 Forme du prix

Le marché est passé à prix forfaitaire et unitaire fermes et non actualisables pour tout le marché public, reconduction comprise.

Article 8. RETENUE DE GARANTIE

Il n'est pas prévu de retenue de garantie.

Article 9. CESSION OU NANTISSEMENT DES CREANCES

La rémunération due par l'Acheteur peut être cédée conformément aux dispositions des articles L. 313-29-1 et suivants du Code monétaire et financier.

La cession ou le nantissement des créances aura lieu conformément aux dispositions des articles 127 à 131 du Décret n°2016-360 du 25 mars 2016.

Article 10. MODALITES DE REGLEMENT

10.1 Modalités de paiement

La prestation sera réglée par virement sur présentation d'une facture par le titulaire du marché comportant les mentions suivantes :

- Désignation de l'Acheteur,
- Désignation du marché public,
- Numéro du bon de commande,
- Montant HT,
- Montant de la T.V.A,
- Montant T.T.C,
- Date de la facture.

La facture est à adresser à PROVENCE PROMOTION, à l'adresse suivante :

PROVENCE PROMOTION
Les Docks Atrium 10.5
10, place de la Joliette BP 45607
13567 MARSEILLE CEDEX 02

Le règlement a lieu après service fait et l'admission des prestations.

Le présent marché ne donnera pas lieu au versement d'avance ni d'acompte.

10.2 Délais de paiement

Les sommes dues au Titulaire en exécution du présent marché sont payées par l'Acheteur dans un délai maximum de 30 jours à compter de la date d'exécution des prestations.

Conformément au Décret n°2013-269 du 29 mars 2013 relatif à la lutte contre les retards de paiement dans les contrats de la commande publique, lorsque les sommes dues en principal par l'Acheteur ne sont pas versées au Titulaire à l'échéance du contrat ou à l'expiration du délai de paiement, le Titulaire a droit, sans formalité, au versement d'intérêts moratoires et d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement prévus aux articles 39 et 40 de la Loi n°2013-100 du 28 janvier 2013 portant diverses dispositions d'adaptation de la législation au droit de l'Union européenne en matière économique et financière.

Le montant de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement est fixé à 40 euros.

Le taux des intérêts moratoires est fixé par l'article 8 du Décret n°2013-269 du 29 mars 2013 et 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.

Les intérêts moratoires courent à compter du jour suivant l'échéance prévue au contrat ou à l'expiration du délai de paiement jusqu'à la date de mise en paiement du principal incluse.

Les intérêts moratoires appliqués aux acomptes ou au solde sont calculés sur le montant total de l'acompte ou du solde toutes taxes comprises, diminué de la retenue de garantie, et après l'application des clauses d'actualisation, de révision et de pénalisation.

En cas de désaccord sur le montant d'un acompte ou du solde, le paiement est effectué dans le délai maximum de 30 jours à compter de la date d'exécution des prestations, sur la base provisoire des sommes admises par l'Acheteur. Lorsque les sommes ainsi payées sont inférieures à celles qui sont finalement dues au créancier, celui-ci a droit à des intérêts moratoires calculés sur la différence.

Les intérêts moratoires et l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement sont payés dans un délai de quarante-cinq jours suivant la mise en paiement du principal.

Article 11. SOUS-TRAITANCE

Le Titulaire peut sous-traiter, sous sa responsabilité, une partie de l'exécution de ses prestations à condition d'avoir obtenu de l'Acheteur l'acceptation de chaque sous-traitant et l'agrément de ses conditions de paiement dans les conditions définies à l'article 62 de l'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et à l'article 134 et suivants du Décret n°2016-360 du 25 mars 2016.

Article 12. OBLIGATIONS ADMINISTRATIVES DU TITULAIRE

12.1 Désignation des personnes représentant le Titulaire auprès de l'acheteur

Le Titulaire désigne au moins une personne responsable des prestations. Cette personne devra disposer des pouvoirs suffisants pour prendre les décisions nécessaires engageant le Titulaire.

Le Titulaire désigne dans l'Acte d'engagement le responsable des prestations.

Le responsable des prestations devra être facilement joignable. Pour cela, ses coordonnées (téléphone, télécopie, courriel) figureront dans l'acte d'engagement.

12.2 Remplacement du responsable des prestations

En cas de défaillance de la personne désignée, le Titulaire du marché devra en aviser par écrit immédiatement l'Acheteur. Il devra alors proposer par écrit un nouveau représentant devant disposer des pouvoirs suffisants pour prendre les décisions nécessaires engageant le Titulaire.

12.3 Confidentialité

Le Titulaire s'engage à tenir pour confidentiels tous documents et informations, écrites ou orales, qu'il aura recueillis à l'occasion de l'exécution du marché.

Ces documents ou informations ne peuvent, sauf autorisation de l'Acheteur, être communiqués à d'autres personnes que celles qui ont qualité pour en connaître.

En cas de sous-traitance, le Titulaire doit informer ses sous-traitants des obligations de confidentialité qui s'imposent à lui pour l'exécution du marché. Il doit s'assurer du respect de ces obligations par ses sous-traitants.

Les obligations définies ci-dessus continueront de s'appliquer même après l'expiration ou la résiliation du marché.

12.4 Protection des données à caractère personnel

Le Titulaire du marché est tenu au respect des règles relatives à la protection des données à caractère personnel, auxquelles il a accès pour les besoins de l'exécution du marché.

12.5 Propriété des actes produits dans le cadre de la présente prestation

Les actes produits dans le cadre de la présente prestation sont la propriété de l'Acheteur.

Article 13. OBLIGATIONS TECHNIQUES DU TITULAIRE

13.1 Formalisme des communiqués de presse

Les communiqués de presse seront transmis informatiquement par fichier au format pdf.

Leur format ne dépassera pas deux pages.

13.2 Langue de rédaction des communiqués de presse

La langue dans laquelle seront rédigés les communiqués de presse et les contenus est le français.

Article 14. EXECUTION AUX FRAIS ET RISQUES DU TITULAIRE

L'Acheteur peut faire procéder par un tiers à l'exécution des prestations prévues par le marché, aux frais et risques du Titulaire dans deux cas :

- Soit en cas d'inexécution par le Titulaire d'une prestation qui, par sa nature, ne peut souffrir d'aucun retard ;
- Soit en cas de résiliation du marché prononcé aux torts du Titulaire.

Le Titulaire du marché n'est pas admis à prendre part, ni directement ni indirectement, à l'exécution des prestations exécutées à ses frais et risques.

Il doit cependant fournir toutes informations recueillies et moyens mis en œuvre dans le cadre de l'exécution du marché initial et qui seraient nécessaires à l'exécution de ce marché par le tiers désigné par l'Acheteur.

Article 15. ADMISSION, AJOURNEMENT ET REJET DES PRESTATIONS

Les communiqués de presse seront admis et pourront être diffusés après validation par écrit de l'Acheteur.

Les communiqués de presse pourront être ajournés par l'Acheteur qui émet des observations sur le projet. Le Titulaire devra alors présenter un projet de communiqué de presse rectifié dans le délai de 5 jours suivant la notification de la décision d'ajournement, sauf si le défaut de validation est justifié par la préservation des intérêts de l'Acheteur.

Dans le cas où le communiqué de presse serait diffusé sans avoir fait l'objet d'une validation par l'Acheteur, il pourra être demandé au Titulaire de diffuser un nouveau communiqué de presse rectificatif tenant compte de ses observations dans les plus brefs délais.

Lorsque l'Acheteur estimera que les prestations ne peuvent être admises en l'état, il en prononcera le rejet. Le Titulaire sera tenu d'exécuter à nouveau la prestation prévue par le marché dans le délai indiqué par l'Acheteur.

Article 16. RESILIATION

Le marché peut être résilié dans les conditions prévues par le CCAG-FCS.

Article 17. REGLEMENT AMIABLE DES LITIGES

L'acheteur et le Titulaire s'efforceront de régler à l'amiable tout différend éventuel relatif à l'interprétation des stipulations du marché ou à l'exécution des prestations objet du marché.

Tout différend entre le titulaire et l'acheteur doit faire l'objet, de la part du titulaire, d'un mémoire de réclamation exposant les motifs et indiquant, le cas échéant, le montant des sommes réclamées. Ce mémoire doit être communiqué au pouvoir adjudicateur dans le délai de deux mois, courant à compter du jour où le différend est apparu, sous peine de forclusion.

L'acheteur dispose d'un délai de deux mois, courant à compter de la réception du mémoire de réclamation, pour notifier sa décision. L'absence de décision dans ce délai vaut rejet de la réclamation.

L'Acheteur ou le Titulaire peut soumettre tout différend qui les oppose au médiateur des entreprises ou aux comités consultatifs de règlement amiable des litiges mentionnées à l'article 142 du Décret n°2016-360 du 25 mars 2016.

Article 18. DEROGATIONS AU CCAG-FCS

L'article 5 du présent CCP déroge à l'article 4.1 du CCAG-FCS.

L'article 6 du présent CCP déroge à l'article 14.1 du CCAG-FCS.

L'article 15 du présent CCP déroge à l'article 25.2.1 du CCAG-FCS.

Le....., à.....,

« lu et approuvé »

Le Titulaire