

**Festival SERIES MANIA Lille Hauts-de-France**

**4<sup>e</sup> édition**



**Conseil media et achat media off-line et on-line du Festival**

**Accord-cadre mono-attributaire à bons de commande  
Contrat de mandat d'achat d'espaces off-line et on-line**

**CAHIER DES CLAUSES PARTICULIERES  
VALANT ACTE D'ENGAGEMENT**

## ARTICLE 1 – LES CONTRACTANTS

Le présent marché est conclu entre :

l'association Séries Mania, ci-après dénommée « **l'Acheteur** » ;

ET

l'opérateur retenu à la suite de la présente consultation, ci-après dénommé « **le Titulaire** » ;

ensemble dénommés « **les Parties** ».

A cette fin, les Parties signent le présent Cahier des clauses particulières valant acte d'engagement.

## ARTICLE 2 – LE CONTEXTE

### 2.1 Description du projet

Créé au Forum des images à Paris en 2010 par Laurence Herszberg, le Festival SERIES MANIA s'est installé à Lille depuis 2018 avec le soutien de la Région Hauts-de-France et du Centre national du Cinéma et de l'Image animée. Sa deuxième édition lilloise s'est tenue du 22 au 30 mars 2019. La troisième édition initialement prévue du 20 au 28 mars 2020 a été annulée à cause de la crise sanitaire COVID-19.

SERIES MANIA, le Festival 100% séries, est un événement unique en son genre. Festif et gratuit, la qualité et la diversité de sa programmation sont reconnues unanimement par le public et la profession en provenance du monde entier. Durant 9 jours, SERIES MANIA met à l'honneur, dans différents lieux de Lille, les séries sous toutes leurs formes, à travers des séances de projections (129 en 2019, 71 séries de 19 pays dont 31 premières mondiales), des masterclasses, débats et conférences (près de 400 invités en 2019) ainsi que de nombreuses animations autour de l'univers sériel (expositions, ateliers, ...) proposées au Tripostal, à la Gare Saint Sauveur et dans toute la ville. Des projections suivies de rencontres avec les équipes des séries sont également organisées en Région (Amiens, Arras, Dunkerque, Lens, Roubaix et Tourcoing en 2019). La deuxième édition lilloise en 2019 a rassemblé 72 231 Festivaliers.

SERIES MANIA FORUM, partie professionnelle du Festival SERIES MANIA soutenue par le programme Europe Creative Media, est devenu, depuis sa création en 2013, le rendez-vous incontournable des acteurs de la création sérielle internationale : le lieu où les décideurs et talents de l'audiovisuel se rencontrent pour découvrir les projets en développement ou en cours de production et pour imaginer ainsi la nouvelle génération des séries à venir.

Depuis 2018, LILLE DIALOGUES y constitue un nouvel espace de rencontres et d'échanges de haut niveau voué à rassembler les principaux acteurs politiques, institutionnels, créatifs et économiques des secteurs de la télévision et de la culture en Europe et aux États-Unis.

**SERIES MANIA a été l'un de premiers événements d'ampleur d'Europe à subir une annulation suite à la pandémie de Covid 19 en 2020. En seulement 2 semaines, SERIES MANIA a dû proposer une alternative à l'événement physique. Une plateforme en ligne en direction des professionnels a été ainsi créée et lancée dès l'annonce du confinement, afin d'offrir une continuité essentielle de l'activité audiovisuelle européenne et internationale. Un soutien éditorial fort a également été**

imaginé en direction du grand public à travers la création de pastilles, articles et interviews exclusives autour de la programmation initiale de SERIES MANIA 2020 sur seriesmania.com et les réseaux sociaux.

Des actions à l'année sont depuis proposées afin de faire vivre la marque SERIES MANIA au-delà du temps fort du festival à travers des propositions off-line (avant-premières, ...) et on-line (pastilles vidéos labellisées, avant-première digitale, masterclass en facebook live ...). Ces initiatives permettent à SERIES MANIA de s'affirmer comme la marque de référence des séries aussi bien pour le grand public que pour les professionnels.

En 2021, le festival SERIES MANIA repousse ses dates afin d'accueillir ses publics dans les meilleures conditions possibles et se déroulera donc du 28 mai au 05 juin 2021. La prochaine édition de SERIES MANIA FORUM se déroulera du 1<sup>er</sup> au 3 juin 2021. LES DIALOGUES DE LILLE auront lieu le 1<sup>er</sup> juin 2021

Un pendant au festival physique sera mis en ligne sur seriesmaniadigital.com accessible pour toutes les personnes (professionnels ou grand public) qui ne pourront pas se déplacer durant cette période.

## 2.2 Objectif et enjeux

OBJECTIF		
Séries Mania, festival de référence des séries à l'international		
↙		↘
CIBLES	LES PROFESSIONNELS	LE GRAND PUBLIC
↓		↓
ENJEUX	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Développement de la notoriété à l'international</li> <li>➤ Montée en gamme des accrédités sur place et en ligne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Développement de la notoriété</li> <li>➤ Développement des publics avertis et ceux à sensibiliser sur place en local et en ligne en national</li> </ul>
↓		↓
MESSAGES	L'événement international qui permet aux pros et aux talents de l'industrie des séries d'interagir, d'exploiter les opportunités de collaboration et de faire valoir leur travail à travers les activités du Forum et une compétition prescriptive.	Le festival où découvrir en avant-première et nulle part ailleurs les meilleures séries internationales d'auteur, rencontrer les plus grand showrunners/euses et vivre pleinement une expérience festival
↘		↙

Faire de l'événement Séries Mania le moment de l'année où tous les passionnés, professionnels et public, se retrouvent autour de la série que cela soit physiquement ou en ligne.

### 2.3. Valeurs portées par le Festival Séries Mania

- Excellence artistique et expérience festive. SERIES MANIA réussit à mêler une programmation ambitieuse reconnue et un esprit convivial et généreux,
- Innovation dans sa forme et dans les différentes initiatives créées chaque année **et plus spécifiquement cette année dans sa prolongation seriesmaniadigital.com**
- Modernité dans son discours et dans sa communication,
- Rayonnement international à travers sa programmation, ses invités et sa notoriété,
- Générosité et accessibilité afin de permettre également à un public peu averti de s'y retrouver et de le fréquenter, grâce à sa gratuité
- Incarnation dans la ville via le déploiement d'une communication et d'une programmation permettant une appropriation de l'événement par les habitants.

### 2.4. Les publics de SERIES MANIA

#### ***Le grand public :***

Par sa programmation à la fois exigeante et populaire, allant de séries internationales inédites programmées en compétition officielle, aux rencontres-dédicaces avec les acteurs de grandes séries emblématiques françaises en passant par des masterclasses avec des showrunners et acteurs d'envergure internationale, SERIES MANIA réussit à toucher un large public, à la fois passionné et curieux. Sur les 72 231 Festivaliers de l'édition 2019, 55 % d'entre eux avaient entre 18 à 34 ans.

#### ***Les professionnels internationaux de l'audiovisuel :***

SERIES MANIA FORUM accueille, durant 3 jours, talents, auteurs, showrunners, producteurs, distributeurs, responsables de chaînes, experts VR, ...

L'événement LILLE DIALOGUES rassemble, quant à lui, les décideurs politiques et grands patrons de l'industrie audiovisuelle.

## ARTICLE 3 – PRESTATIONS ATTENDUES

### **3.1 Lot 1 : conseil média offline et achat d'espaces offline**

---

#### **a. Objet de la mission**

En ce qui concerne le lot 1, le présent contrat a pour objet de confier au Titulaire une mission de conseil media et de planification, ainsi qu'un mandat pour procéder à la négociation et à l'achat d'espaces offline (affichage, presse, cinéma, diffusion de documents promotionnels) pour le compte de l'Acheteur.

Dans ce cadre, le Titulaire du lot agira au nom et pour le compte de l'Acheteur, dans le respect des règles auxquels celui-ci est soumis en tant que pouvoir adjudicateur en application du code de la commande publique.

## **b. Objectifs de la mission**

Cette mission poursuit pour principaux objectifs :

- Le développement de la notoriété du festival SERIES MANIA aux niveaux régional (dont la métropole lilloise), national et international (Belgique en priorité). **Un focus cette année sera mis en communication sur le côté hybride de cette édition : « SERIES MANIA - A LILLE ET EN LIGNE »**
- Le développement de la fréquentation du festival SERIES MANIA en accordant la priorité au public régional en cette année de crise sanitaire ainsi que le public parisien et le public belge.

Les publics visés :

- **Publics cibles grand public :**
  - Le public lillois et régional féru de sorties culturelles,
  - les cinéphiles et sériephiles,
  - les jeunes (15-45 ans),
- **Publics à développer :**
  - Les publics parisien et belge francophone de 15-45 ans fans de séries et de cinéma, (sous réserve des contraintes sanitaires et interdictions mises en place sur la circulation des publics en France et à l'étranger).
  - le « grand public » local.

A noter : Le Festival organise des projections décentralisées dans plusieurs villes des Hauts-de-France : Tourcoing, Dunkerque, Lens, Amiens, Wallers-Arenberg et Saint-Quentin.

La stratégie de communication sur ces villes en région est travaillée en parallèle avec chaque ville et chaque salle d'accueil de la projection, mais l'agence retenue pourra être amenée à fournir de manière ponctuelle et marginale un appui en communication à SERIES MANIA.

## **c. Prestations attendues**

- Mise en œuvre de la stratégie globale définie

Le Titulaire mettra en œuvre la stratégie globale media offline décrite dans son offre technique et convenue avec l'Acheteur.

Il s'agira de procéder à l'achat d'espaces publicitaires médias et hors média dans le cadre de différentes campagnes répondant aux besoins de l'Acheteur :

- campagnes presse ;
- campagnes audiovisuelles (cinéma)
- campagnes print grands formats (affiches, supports évènementiels,...)
- campagnes de diffusion de documents promotionnels ;
- autres types de campagnes que le Titulaire aura pu proposer.

Ainsi, le Titulaire mettra en œuvre les stratégies définies par cible et par objectif (supports préconisés, répartitions budgétaires – frais et honoraires d’agence inclus – permettant d’accompagner les différentes phases de communication pré et post festival).

➤ La mission implique pour le Titulaire les tâches suivantes :

- Etablir un planning de prises de parole selon le planning des événements phares du festival :
  - Dernière semaine de mars : campagne teaser « Séries Mania revient mais en mai ! »
  - 1ère semaine de mai : bande annonce officielle,
  - Le 15 mai (à confirmer) happening : ouverture de la billetterie en ligne
  - Le 20 mai : guérilla marketing pour lancement du programme officiel (des précisions seront données à l’agence ou aux agences retenues)
  - Du 28 au 05 juin : festival (avec cérémonies d’ouverture le 28 mai et de clôture le 05 juin).
- Appuyer la stratégie presse mise en place par l’agence de relations médias ;
- Négocier les tarifs avec les régies et réserver les espaces au nom de SERIES MANIA (mandataire non payeur en application de l’article 20 de la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 dite loi SAPIN) dans le respect des dispositions du code de la commande publique ;
- Etablir un planning des livraisons de supports (conception des supports prise en charge par SERIES MANIA) ;
- Faire le lien entre SERIES MANIA et les différentes régies pour la livraison de ces supports ;
- Saisir les opportunités d’achat last minute et low budget et être pro-actifs et force de proposition auprès de l’équipe communication du Festival ;
- Etablir un bilan qualitatif et quantitatif à l’issue du festival ;
- A la fin de chaque campagne, l’agence établit un récapitulatif définitif de l’intégralité des factures émises par les médias, en reprenant l’intégralité des postes. Le récapitulatif définitif de la campagne est accompagné de justificatifs de parution et de tous les rapports statistiques et analyses quantitatives.

➤ Les outils de communication prévus :

- Affiches (différents formats selon plan validé (grands formats, formats « culturels », pantalons, mediatables, bâches événementielles, ...),
- Doc promo papier (en cours d'élaboration) pour diffusion et prospection,
- Bande annonce de 30 secondes,
- Programme du festival (grille de programmation),
- Contenus vidéos produit mensuellement (interview, pastilles)

Les partenaires institutionnels\* :

La Ville de Lille, la Métropole Européenne de Lille, la Région Hauts-de-France,

Les partenaires associés\* :

UGC, MK2, Hello Lille

Les partenaires chaînes télévision\* :

OCS, France télévision, arte, TF1, M6

Les partenaires médias pressentis\* :

La Voix du Nord, Le Monde, Télé Loisirs, Allociné, France inter, Society, Melty, Konbini, Madame Figaro, Simone média...

\*SERIES MANIA gère en direct les insertions et diffusions avec les médias et institutions partenaires.

Le festival devrait à nouveau bénéficier des réseaux d'affichages de la Ville de Lille et de la Métropole Européennes de Lille. Des précisions ultérieures seront données à l'agence retenue.

Le festival prévoit une signalétique importante (équivalente à celle de l'édition 2019) dans le centre de Lille à partir du 26 mai ainsi que des actions de promotions de l'événement de type happening durant le mois de mai.

## **3.2 Lot 2 : conseil média online et mandat d'achat d'espaces online**

---

### **a. Objet de la mission**

En ce qui concerne le lot 2, le présent contrat a pour objet de confier au Titulaire une mission de conseil media et de planification, ainsi qu'un mandat pour procéder à la négociation et à l'achat d'espaces online (diffusion de vidéos sur le web, campagnes display, campagnes desktop et mobile, ...) pour le compte de l'Acheteur.

Dans ce cadre, le Titulaire du lot agira au nom et pour le compte de l'Acheteur, dans le respect des règles auxquels celui-ci est soumis en tant que pouvoir adjudicateur en application du code de la commande publique.

## **b. Objectifs de la mission**

Cette mission poursuit pour principaux objectifs :

- Le développement de la notoriété de SERIES MANIA aux niveaux régional (dont la métropole lilloise), national et international
- Le développement de la fréquentation du festival physique SERIES MANIA en accordant la priorité au public régional en cette année de crise sanitaire ainsi que le public parisien et le public belge.
- La mise en place de la nouvelle stratégie de développement des publics concernant seriesmaniadigital.com sur tout le territoire national pour la partie grand public et à l'international ( USA, Israël, Chine, Turquie, Europe) pour les professionnels
- La médiatisation des contenus vidéos récurrents mensuels produits tout au long de l'année pour le grand public et les professionnels (interview talents, pastilles vidéos) auprès des cibles affinitaires sur Youtube, Facebook, Instagram et LinkedIn
- La croissance des communautés sur les réseaux sociaux grand public (Facebook, Instagram, Youtube) et pro (Twitter et LinkedIn)

Les publics visés :

- **Publics cibles côté grand public :**
  - Le public lillois et régional féru de sorties culturelles,
  - les cinéphiles et sériephiles,
- **Publics cibles côté professionnel :**
  - les professionnels de l'industrie TV français et européens (producteurs, les diffuseurs/acheteurs, les distributeurs internationaux, les scénaristes, les chargés de développement)
- **Publics à développer côté grand public :**
  - Les sériephiles/cinéphiles français et internationaux pour la plateforme seriesmaniadigital.com
- **Publics à développer côté professionnel :**
  - les professionnels de l'industrie TV (producteurs, les diffuseurs/acheteurs, les distributeurs internationaux, les scénaristes, les chargés de développement) sur les territoires spécifiques : Russie, Chine, Turquie, USA principalement pour la plateforme seriesmaniadigital.com



### c. Prestations attendues

#### ➤ Mise en œuvre de la stratégie globale définie

Le Titulaire mettra en œuvre la stratégie globale media offline et/ou online décrite dans son offre technique et convenue avec l'Acheteur.

Il s'agira de procéder à l'achat d'espaces publicitaires médias et hors média dans le cadre de différentes campagnes répondant aux besoins de l'Acheteur :

- Campagne online FESTIVAL
- Campagne online SERIES MANIA FORUM
- Médiatisation des contenus mensuel Interview et pastilles vidéos (Youtube)
- Recrutement Social Media Festival et Forum
- Campagne plateforme digitale
- Autres types de campagne online

Ainsi, le Titulaire mettra en œuvre les stratégies définies par cible et par objectif (supports préconisés, répartitions budgétaires – frais et honoraires d'agence inclus – permettant d'accompagner les différentes phases de communication pré et post festival).

#### ➤ La mission implique pour le Titulaire les tâches suivantes :

- Etablir un planning de prises de parole selon le planning des événements phares du festival :

##### **A l'année**

- De janvier à juillet : médiatisation des contenus vidéos produits en interne auprès des cibles affinitaires grand public et professionnelles

##### **Pour le festival**

- Dernière semaine de mars : campagne teaser « Séries Mania revient mais en mai ! »
- 1ère semaine de mai : bande annonce officielle
- Le 15 mai (à confirmer) ouverture de la billetterie en ligne
- Du 28 mai au 05 juin : festival (avec cérémonies d'ouverture le 28 mai et de clôture le 05 juin).

- Etablir un plan media en ligne répondant aux objectifs énoncés
- Proposer des formats desktop et mobiles **à fort impact**
- Suivre l'évolution des performances des campagnes et les adapter
- Produire un bilan mensuel qualitatif et quantitatif des campagnes
- Produire un bilan qualitatif et quantitatif des campagnes à la fin de la période du festival puis à fin juin.

➤ Les outils de communication prévus :

- site internet, plateforme de visualisation du programme de festival pour les personnes ne pouvant y assister, Appli Mobile,
- Réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn.

### **3.3 Dispositions communes aux deux lots**

Le Titulaire de chaque lot sera amené, en lien avec la direction de la communication du festival, à affiner sa stratégie ainsi que les prestations à mettre en œuvre tout au long de la durée de la mission.

#### **ARTICLE 4 – PROCEDURE DE PASSATION ET FORME DU MARCHÉ**

Le présent contrat est un accord-cadre mono-attributaire à bons de commande passé selon une procédure adaptée en application de l'article R. 2123-1,1° du Code de la commande publique.

Il constitue également un contrat de mandat établi conformément aux dispositions de la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 modifiée relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, à la loi n°2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques et au décret n°2017-159 relatif à la publicité digitale.

#### **ARTICLE 5 – PIÈCES CONTRACTUELLES**

Le présent accord est composé des pièces contractuelles suivantes :

- le présent Cahier des clauses particulières et son annexe financière, valant acte d'engagement, signés par les Parties ;
- la proposition technique et financière du Titulaire acceptée par l'Acheteur ;
- les bons de commande émis par l'Acheteur.

Le présent cahier des clauses particulières vaut acte d'engagement pour le lot n°.....de l'accord-cadre :  
*Merci d'envoyer un cahier des clauses particulières signé pour chaque lot visé*

*(Indiquer ci-dessous l'intitulé du lot)*

#### **ARTICLE 6 – DUREE**

Le présent accord-cadre est conclu, à compter de sa notification, jusqu'au 31 juillet 2021.

## ARTICLE 7 – EMISSION DES BONS DE COMMANDE

L'accord-cadre s'exécute par l'émission de bons de commande.

Les bons de commandes sont des documents écrits adressés au Titulaire de l'accord-cadre.

Chaque bon de commande précise :

- la référence de l'accord-cadre et du lot concerné,
- la nature des prestations dont l'exécution est demandée,
- la quantité des prestations,
- les délais d'exécution,
- les lieux d'exécution,
- le montant du bon de commande par application des prix unitaires établis à l'annexe financière.

Les bons de commande sont adressés par courrier électronique au Titulaire, à l'adresse que celui-ci a préalablement indiquée à l'Acheteur à cet effet.

Les bons de commande peuvent faire suite à la présentation d'un devis présenté par le Titulaire à son initiative.

L'Acheteur se réserve la possibilité de demander au Titulaire de lui adresser un devis, établi sur la base des prix unitaires prévus dans l'annexe financière, avant émission du bon de commande correspondant.

L'Acheteur se réserve le droit de conclure avec des tiers des contrats ayant pour objet des prestations identiques à celles qui font l'objet du présent accord-cadre ; notamment s'il apparaît que le Titulaire est dans l'incapacité de fournir les prestations attendues.

## ARTICLE 8 – PRIX

Les prix des prestations objet du présent accord-cadre sont fixés à l'annexe financière au présent CCP.

Ils sont fermes et invariables pendant la durée du contrat.

Le présent accord-cadre est conclu pour un montant maximum de

- 55 000 euros H.T. pour le lot 1 ;
- 80 000€ H.T. pour le lot 2.

Ce prix comprend tant les sommes correspondant au prix de l'achat d'espaces média que les sommes revenant au Titulaire en application du présent contrat.

La valeur des prestations de conseil et de planification réalisées par le Titulaire est incluse dans le prix des missions d'achat d'espaces média.

## ARTICLE 9 – PAIEMENT DES PRESTATIONS

### 9.1 Demande de paiement

Les prestations seront réglées, sur présentation d'une facture, après constatation du service fait. La facture afférente au paiement sera établie en un original, transmise par le Titulaire à l'Acheteur.

Toutefois, si l'Acheteur l'accepte, une avance peut être versée au Titulaire sur sa demande concomitamment à l'émission d'un bon de commande. Le montant d'une telle avance ne peut en aucun cas excéder 30 % de la valeur T.T.C. du bon de commande émis.

La facture afférente au paiement portera outre les mentions légales, les indications suivantes :

- la référence du présent accord-cadre,
- les nom et adresse de l'Acheteur et du Titulaire,
- le numéro de son compte bancaire ou postal,
- la référence de la commande,
- la nature des prestations réalisées,
- la date de livraison effective des fournitures ou d'exécution des prestations,
- le montant total des prestations réalisées,
- la date d'émission de la facture.

Pour chaque bon de commande exécuté, deux factures devront être présentées à l'Acheteur pour règlement : la facture correspondant à l'achat d'espaces média concerné émise par le vendeur et la facture correspondant à la rémunération du mandat du Titulaire.

L'Acheteur procédera directement au règlement de la facture émise par le vendeur auprès de ce dernier.

La transmission des factures s'effectue par voie dématérialisée à l'adresse suivante : [soraya.taous@seriesmania.com](mailto:soraya.taous@seriesmania.com)

### 9.2 Délais et conditions de paiement

L'acheteur s'engage à respecter les délais et conditions de paiement fixés par les articles R. 2192-10 à R. 2192-36 du Code de la Commande Publique.

En ce sens, en application de l'article R. 2192-10 du Code précité, l'acheteur s'engage à respecter un délai de paiement de 30 jours à compter de la date de réception de la demande de paiement du Titulaire.

### 9.3 Intérêts moratoires

Les intérêts moratoires courent de plein droit et sans autre formalité dans le cas où le délai de paiement fixé ci-avant est dépassé.

L'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement prévus par la réglementation applicable s'applique automatiquement conformément aux dispositions des articles L.2192-12 à L.2192-14 du Code de la Commande Publique.

#### 9.4 Modalités de paiement du Titulaire

Les paiements sont réalisés par virement sur le compte bancaire du Titulaire.

#### ARTICLE 10 – ASSURANCE ET RESPONSABILITE

Le Titulaire contracte les assurances permettant de garantir sa responsabilité à l'égard de l'Acheteur et des tiers.

Toutes les actions entreprises par le personnel affecté à l'exécution du présent accord-cadre sont sous l'entière responsabilité du Titulaire.

A cet effet, le Titulaire est donc responsable, pendant toute la durée d'exécution de l'accord-cadre de tous les dommages, quelle que soit leur origine, qui pourraient être causés à l'image du Festival.

Le Titulaire sera aussi responsable de l'organisation du travail, de la discipline, du respect des consignes et de l'efficacité du personnel.

#### ARTICLE 11– PENALITES

Le retard ou l'exécution partielle de la prestation équivaut à une non-exécution susceptible d'être pénalisée.

Si les délais prévus dans les bons de commande émis en application du présent accord-cadre sont dépassés du fait du Titulaire, ou en cas de non-exécution ou d'exécution partielle des prestations, l'Acheteur se réserve le droit d'appliquer des pénalités, par jour de retard, calculées comme suit :

$$P = V \times R / 1000$$

Avec :

P = montant des pénalités

V = valeur de la prestation sur laquelle est calculée la pénalité (valeur de réglementation de la partie des prestations en retard) en euros HT

R = nombre de jours de retard

En cas d'inexécution par le Titulaire d'une prestation objet du présent contrat dans les délais impartis, l'Acheteur peut faire procéder par un tiers à l'exécution des prestations prévues par l'accord-cadre aux frais et risques du Titulaire.

#### ARTICLE 12 – CLAUSE DE REEXAMEN

Dans le cas de prestations supplémentaires nécessaires ou d'une évolution imprévue du besoin, le présent contrat pourra être modifié en cours d'exécution, conformément aux articles L. 2194-1 et R. 2194-1 du Code de la commande publique, dans les conditions fixées ci-après.

Dans le cas d'ajout d'événements ou de supports l'Acheteur pourra demander au Titulaire la réalisation de prestations supplémentaires, identiques ou en étroit rapport avec les prestations faisant l'objet du présent contrat.

Dans ces circonstances, un avenant précisant la nature et le montant des prestations supplémentaires sera conclu entre les Parties, sur la base des prix définis dans les clauses financières du présent contrat. Ces prestations supplémentaires ne pourront pas représenter plus de 30 % du volume de commande initial.

## ARTICLE 13 – FORCE MAJEURE ET CAUSES D'EXONERATION

Sont considérés comme causes d'exonération, au sens du présent contrat, s'ils interviennent après sa conclusion et en empêchent l'exécution, même s'ils ne répondent pas à la définition de la force majeure et sans qu'il soit besoin de l'établir, les événements suivants : guerre, invasion, acte de terrorisme, guerre civile, émeute, grève, inondations, incendie, intempéries, épidémie, pandémie ou de mesures de police administrative (décret, arrêté...) notamment prises en cas de circonstances exceptionnelles liée à une épidémie ou à la déclaration de l'état d'urgence sur le territoire de l'un des cocontractants (ci-après les Evènements).

## ARTICLE 14 – REPORT OU ANNULATION DU FESTIVAL

Si le Festival ne peut pas avoir lieu aux dates prévues du fait de la survenance d'un cas de force majeure ou d'un Evénement défini à l'article 13, les Parties conviennent des principes exposés ci-après.

### 14.1 Le report, lorsque celui-ci est possible

Le report par l'Acheteur du Festival en année N sera privilégié.

Dans l'hypothèse où l'Acheteur pourrait procéder à ce report, elle informera le Titulaire des nouvelles dates.

Dans ce cas, les obligations respectives des Parties seront suspendues et exécutées aux dates choisies pour le report. Les Parties pourront, si besoin, conclure un avenant relatif aux dates de réalisation des prestations.

### 14.2 L'annulation du festival

Si le report du Festival en année N n'était pas possible ou s'il devait être considéré comme économiquement inopportun, le Festival sera annulé.

Dans cette hypothèse, le présent contrat sera résilié sans aucune formalité ni indemnité de part et d'autre et les Parties seront en conséquence définitivement déchargées de leurs obligations.

Les bons de commande émis mais non-réglés seront nuls et non-avenus.

Le Titulaire conservera les sommes déjà perçues. Aucune autre somme ne sera versée au Titulaire.

## ARTICLE 15 – RESILIATION POUR INEXECUTION

En cas d'inexécution suffisamment grave du Titulaire d'une obligation qui lui incombe en vertu du présent contrat, sauf en cas d'urgence ou lorsque la situation n'est pas compatible avec le délai prévu ci-après, l'Acheteur adressera au Titulaire une mise en demeure par lettre recommandée avec avis de réception.

A défaut d'exécution totale, par le Titulaire, de l'obligation en cause dans un délai de quinze jours à compter de la réception de cette mise en demeure, le présent contrat est également résilié de plein droit ; sans préjudice de dommages et intérêts au titre des préjudices subis par l'Acheteur du fait de l'inexécution en cause.

En cas d'urgence ou lorsque la situation n'est pas compatible avec une telle mise en demeure ; l'Acheteur peut rappeler au Titulaire son obligation par tous moyens. Dans un tel cas, si l'inexécution persiste, l'Acheteur peut faire application de l'article 13 du présent contrat en faisant procéder par un tiers à l'exécution des prestations prévues par le marché aux frais et risques du Titulaire ; sans préjudice de dommages et intérêts au titre des préjudices subis par l'Acheteur du fait de l'inexécution en cause.

**ARTICLE 16 – SIGNATURES**

A....., le .....

**Pour le Titulaire** (*prénom, nom et qualité de la personne habilitée pour signer le contrat*)

Cachet et signature

A....., le .....

**L'Acheteur** (*prénom, nom et qualité de la personne habilitée pour signer le contrat*)



