



RÈGLEMENT DE LA CONSULTATION

N° de marché
COM-GT24

Décembre 2023

**CONSEIL STRATEGIQUE EN COMMUNICATION
ET PLAN MEDIAS, CREATION GRAPHIQUE,
CONCEPTION ET REALISATION D'OUTILS DE
COMMUNICATION**

Date et heure limites de réception des offres :
Jeudi 11 Janvier 2024 à 17 :00

GARD TOURISME
Agence de
Développement et de
Réservation Touristiques
du Gard

13, rue Raymond Marc
30.000 Nîmes
FRANCE

SOMMAIRE

PREAMBULE : PRESENTATION DE GARD TOURISME

<u>1 - Objet et étendue de la consultation</u>	4
1.1 - <u>Objet</u>	4
1.2 - <u>Mode de passation</u>	4
1.3 - <u>Type et forme de contrat</u>	4
1.4 - <u>Décomposition de la consultation</u>	4
1.5 - <u>Nomenclature</u>	4
1.6 - <u>Dites le nous une fois</u>	4
<u>2 - Conditions de la consultation</u>	5
2.1 - <u>Délai de validité des offres</u>	5
2.2 - <u>Forme juridique du groupement</u>	5
2.3 - <u>Variantes</u>	5
<u>3 - Conditions relatives au contrat</u>	5
3.1 - <u>Durée du contrat ou délai d'exécution</u>	5
3.2 - <u>Modalités essentielles de financement et de paiement</u>	5
<u>4 - Contenu du dossier de consultation</u>	5
<u>5 - Présentation des candidatures et des offres</u>	5
5.1 - <u>Documents à produire</u>	5
<u>6 - Conditions d'envoi ou de remise des plis</u>	7
6.1 - <u>Transmission électronique</u>	7
6.2 - <u>Transmission sous support papier</u>	9
<u>7 - Examen des candidatures et des offres</u>	9
7.1 - <u>Sélection des candidatures</u>	9
7.2 - <u>Attribution des accords-cadres</u>	9
7.3 - <u>Suite à donner à la consultation</u>	10
<u>8 - Renseignements complémentaires</u>	10
8.1 - <u>Adresses supplémentaires et points de contact</u>	10
8.2 - <u>Procédures de recours</u>	10

PREAMBULE : PRESENTATION DE GARD TOURISME

GARD TOURISME , Agence de Développement et de Réservation Touristiques du Gard est un organisme associatif chargé de structurer et de promouvoir les destinations touristiques comme l'offre touristique gardoise afin de favoriser le tourisme dans le département du GARD (30). Son activité consiste notamment à la création de campagnes publicitaires, la participation à des salons du tourisme BtoB et BtoC, la promotion digitale et la production de supports promotionnels.

- GARD TOURISME fournit des informations aux visiteurs sur les attraits touristiques, les destinations touristiques qui composent le département, les événements locaux, les hébergements, les activités de loisirs, etc.
- GARD TOURISME travaille en collaboration avec les Offices de Tourisme du département, les réseaux d'acteurs locaux tels que les hôteliers, les restaurateurs, les commerçants, les sites touristiques et d'autres prestataires de services.
- GARD TOURISME promeut l'agenda des événements et des animations susceptibles d'attirer des visiteurs (festivals, expositions, activités culturelles, etc).
- GARD TOURISME anime et coordonne les Offices de Tourisme et les réseaux de professionnels ou associatifs le développement du tourisme dans le Gard.

GARD TOURISME s'attache particulièrement à valoriser **les 5 grandes destinations** constitutives du département :

NÎMES PONT DU GARD - CEVENNES – CAMARGUE - MEDITERRANEE – PROVENCE

Le Gard offre à lui seul 5 grandes destinations touristiques très variées et complémentaires. Destinations de caractères qui apportent une offre complète et exhaustive à portée de main les unes des autres, compatibles avec les notions d'équilibre Bas-Coûts / Bas-Carbone.

Outre les visiteurs étrangers en provenance essentiellement d'Europe, les touristes français en provenance de Paris- Région parisienne, du bassin Lyonnais ou d'Occitanie, le Gard accueille de plus en plus de visiteurs de « proximité » issus des départements limitrophes et souhaite aussi faire redécouvrir les richesses du département aux Gardois eux-mêmes.

Voir annexe 1 : [ici](#)

[Observation et Prospective - GARD TOURISME - Espace pro \(protourismegard.com\)](#)

Afin de positionner le département comme une destination attrayante, d'accroître sa notoriété tout en améliorant l'expérience globale des visiteurs, GARD TOURISME souhaite réaliser une campagne de communication Cross médias grand public dans la mouvance du tourisme durable inscrite dans le **Schéma Départemental du Tourisme et des Loisirs du GARD 2023/2028**

Voir annexe 2 : [ici](#)

[Le schéma Départemental - GARD TOURISME - Espace pro \(protourismegard.com\)](#)

Avec « **LE GARD le Sud** », GARD TOURISME et les destinations touristiques gardoises (EPCI et Offices de Tourisme) se sont dotés d'une signature commune qu'il est nécessaire de faire perdurer et évoluer dans un système identitaire en cohérence avec le positionnement de la future campagne de communication.

Après avoir communiqué dans les années post-covid sur un positionnement « Short-Break » pour développer les ailes de saison, le tourisme gardois doit se décliner désormais sur les 4 saisons et mettre en avant les différentes thématiques et filières qui font sa richesse (activités pleine nature, œnotourisme, patrimoine culturel, agritourisme etc..) dans le respect et l'implication des habitants afin d'en faire de véritables ambassadeurs de leur territoire.

Voir annexe 3 : [ici](#)

[GARD - charte graphique identifiant partagé.indd \(protourismegard.com\)](#)

Dans ce contexte, GARD TOURISME souhaite être conseillé par une agence conseil en stratégie de communication dans la conception, la réalisation et la diffusion d'une campagne de notoriété « Cross médias » en 2024.

Voir annexe 4 : plan marketing 2020 /2023 : [ici](#)

[plan-marketing-2020-2023.pdf \(protourismegard.com\)](#)

Pour + d'informations détaillées, merci de consulter notre site Web : www.tourismegard.com

1 - Objet et étendue de la consultation

1.1 - Objet

Le présent marché a pour objet :

Conseil stratégique en communication et plan médias, création graphique, conception et réalisation d'outils de communication.

En appui de son pôle communication internalisé, GARD TOURISME souhaite disposer des compétences d'une agence conseil en communication, afin de lui confier des missions de conseil stratégique, ainsi que des prestations associées de conception, de création et d'exécution de tous types de supports, audios, vidéos, print ou numérique web. La production d'outils de communications recommandés, le conseil et l'achat d'espace média.

Description de la prestation :

1. Conseil stratégique, conception et services associés pour la création d'une campagne de communication et de notoriété « Cross Médias ».
2. Création, exécution et déclinaison graphique sur différents types de supports de communication pour les besoins de la campagne.
3. Conseil stratégie médias, Médiaplanning, Achat d'espace.

(Veille et conseil médias, options, réservations, exécution et suivi des plans médias et des achats d'espaces, contrôle de la bonne réception des fichiers auprès des supports, mesures correctives).

Lieu(x) d'exécution : GARD TOURISME, 13 rue Raymond MARC 30.000 NÎMES

Le montant **maximum TTC de commande est de 126 000 €** (soit 105 000 € HT) sur l'ensemble de la campagne.

1.2 - Mode de passation

La procédure de passation est : la procédure adaptée ouverte. Elle est soumise aux dispositions des articles L. 2123-1 et R. 2123-1 1° du Code de la commande publique.

1.3 - Type et forme de contrat

L'accord-cadre avec maximum est passé en application des articles L2125-1 1°, R. 2162-1 à R. 2162-6, R. 2162-13 et R. 2162-14 du Code de la commande publique. Il donnera lieu à l'émission de bons de commande.

L'accord-cadre sera attribué à un seul opérateur économique.

1.4 - Décomposition de la consultation

Il n'est pas prévu de décomposition en lots.

GARD TOURISME a décidé de ne pas lancer la consultation en lots séparés pour les motifs suivants : Prestations non distinctes au regard de l'objet du marché.

1.5 - Nomenclature

La classification conforme au vocabulaire commun des marchés européens (CPV) est :

Code principal	Description
79341200-8	Services de gestion publicitaire
79341100-7	Services de conseils en publicité

2 - Conditions de la consultation

2.1 - Délai de validité des offres

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

2.2 - Forme juridique du groupement

GARD TOURISME ne souhaite imposer aucune forme de groupement à l'attributaire de l'accord-cadre- Variantes
Aucune variante n'est autorisée.

3 - Conditions relatives au contrat

3.1 - Durée du contrat ou délai d'exécution

La durée de la période initiale est fixée au CCP article 3.

3.2 - Modalités essentielles de financement et de paiement

Les sommes dues au(x) titulaire(s) et au(x) sous-traitant(s) de premier rang éventuel(s) de l'accord-cadre seront payées dans un délai global de 30 jours à compter de la date de réception des factures ou des demandes de paiement équivalentes.

L'attention des candidats est attirée sur le fait que s'ils veulent renoncer aux bénéfices de l'avance prévue au CCA, ils doivent le préciser à l'acte d'engagement.

4 - Contenu du dossier de consultation

Le dossier de consultation des entreprises (DCE) contient les pièces suivantes :

- Le règlement de la consultation (RC)
- Le cahier des clauses particulières (CCP) et ses annexes
- L'acte d'engagement (AE)
- Le bordereau des prix unitaires (BPU) et le détail quantitatif estimatif (DQE)

Le dossier est disponible par téléchargement à l'adresse URL suivante : <https://marchesonline.com>
et sur le site internet de GARD TOURISME :
<https://www.protourismegard.com/mapa-campagne-de-communication-2024/>

GARD TOURISME se réserve le droit d'apporter des modifications de détail au dossier de consultation au plus tard 10 jours avant la date limite de réception des offres. Ce délai est décompté à partir de la date d'envoi par GARD TOURISME des modifications aux candidats ayant retiré le dossier initial. Les candidats devront alors répondre sur la base du dossier modifié sans pouvoir n'élever aucune réclamation à ce sujet.

Si, pendant l'étude du dossier par les candidats, la date limite de réception des offres est reportée, la disposition précédente est applicable en fonction de cette nouvelle date.

5 - Présentation des candidatures et des offres

GARD TOURISME applique le principe "Dites-le nous une fois". Par conséquent, les candidats ne sont pas tenus de fournir les documents et renseignements de candidature demandés ci-dessous, qui ont déjà été transmis dans le cadre d'une précédente consultation et qui demeurent valables.

S'ils souhaitent ne pas fournir à nouveau les pièces de candidature déjà transmises, les candidats ont la possibilité de compléter et de transmettre dans leurs plis, la fiche "Dites-le nous une fois" jointe au présent Dossier de Consultation des entreprises.

Les offres des candidats seront entièrement rédigées en langue française et exprimées en EURO.

Si les offres des candidats sont rédigées dans une autre langue, elles doivent être accompagnées d'une traduction en français, cette traduction doit concerner l'ensemble des documents remis dans l'offre.

Documents à produire :

Chaque candidat aura à produire un dossier complet comprenant les pièces suivantes :

Pièces de la candidature telles que prévues aux articles L. 2142-1, R. 2142-3, R. 2142-4, R. 2143-3 et R. 2143-4 du Code de la commande publique :

Renseignements concernant la situation juridique de l'entreprise :

Libellés
Déclaration sur l'honneur pour justifier que le candidat n'entre dans aucun des cas mentionnés aux articles L2141-1 à L2141-5 et L 2141-7 à L2141-11 du Code de la Commande Publique et qu'il est en règle au regard des articles L5212-1 à L5212-11 du Code du travail concernant l'emploi des travailleurs handicapés.
Lettre de candidature et désignation du mandataire par ses co-traitants (DC1)
Les documents relatifs à la déclaration du candidat individuel ou du membre du groupement (DC2)

Renseignements concernant la capacité économique et financière de l'entreprise :

Libellés
Déclaration concernant le chiffre d'affaires global du candidat et le chiffre d'affaires des services faisant l'objet du marché public, portant sur les trois derniers exercices disponibles en fonction de la date de création de l'entreprise ou du début d'activité de l'opérateur économique, dans la mesure où les informations sur ces chiffres d'affaires sont disponibles.

Renseignements concernant les références professionnelles et la capacité technique de l'entreprise :

Libellés
Liste des principales livraisons effectuées ou des principaux services fournis au cours des trois dernières années, indiquant le montant, la date et le destinataire. Ils sont prouvés par des attestations du destinataire ou, à défaut, par une déclaration du candidat.

Pour présenter leur candidature, les candidats utilisent soit les formulaires DC1 (lettre de candidature) et DC2 (déclaration du candidat), disponibles gratuitement sur le site www.economie.gouv.fr, soit le Document Unique de Marché Européen (DUME)

Le DUME est disponible :

- Via le service DUME proposé sur le site Chorus Pro à l'adresse suivante : <https://dume.chorus-pro.gouv.fr/>
- Via le service en ligne gratuit eDUME proposé par la Commission européenne et accessible à l'adresse suivante : <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/espd/filter?lang=en>.

Pour justifier des capacités professionnelles, techniques et financières d'autres opérateurs économiques sur lesquels il s'appuie pour présenter sa candidature, le candidat produit les mêmes documents concernant cet opérateur économique que ceux qui lui sont exigés par le pouvoir adjudicateur. En outre, pour justifier qu'il dispose des capacités de cet opérateur économique pour l'exécution des prestations, le candidat produit un engagement écrit de l'opérateur économique.

Pièces de l'offre :

Libellés
L'acte d'engagement (AE) et ses annexes
Le bordereau des prix unitaires (BPU)
Le détail quantitatif estimatif (DQE)
Le mémoire justificatif des dispositions que l'entreprise se propose d'adopter pour l'exécution du contrat qui devra comprendre, à partir du brief fourni par GARD TOURISME : <ol style="list-style-type: none">1. Une note synthétique de l'Agence de communication sur sa manière d'appréhender une campagne de notoriété, de promotion et de valorisation du tourisme dans le département du Gard, les grandes lignes de son <u>approche créative</u> et sa <u>vision stratégique</u> en matière de <u>positionnement</u> et de <u>choix des Médias</u> pour sa diffusion et sa planification.2. Une note de présentation des moyens techniques et humains affectés à la réalisation des prestations avec notamment la structure de l'équipe (organigramme, profils proposés, rôle), les entités de rattachement (s'il y a un mandataire avec des co-traitants ou des sous-traitants, faire ressortir les rôles de chacun) et les CV des personnes affectés aux traitements des prestations3. Une note du mode de fonctionnement et d'organisation pour la réalisation des prestations (schéma organisationnel, document de suivi, indicateurs de pilotages des opérations, approche méthodologique, organisation de la relation client, gestion des temps d'échanges avec les équipes de Gard Tourisme)4. Une Présentation d'exemples de réalisations de campagnes de communication idéalement dans les domaines du Tourisme et en particulier en matière de vidéos publicitaires, de déclinaisons sur différents supports print et web, d'identité visuelles ainsi que d'achat d'espace.5. Une note de présentation sur l'organisation du planning de déroulement, de temps d'échanges et de diffusion de campagne de communication, Il est demandé aux candidats de présenter le mémoire justificatif selon le plan indiqué en faisant ressortir clairement les éléments demandés.

L'offre, qu'elle soit présentée par une seule entreprise ou par un groupement, devra indiquer tous les sous-traitants connus lors de son dépôt. Elle devra également indiquer les prestations dont la sous-traitance est envisagée, la dénomination et la qualité des sous-traitants.

Les tâches que l'acheteur souhaite faire effectuer exclusivement par le titulaire du contrat sont indiquées au cahier des clauses particulières.

6 - Conditions d'envoi ou de remise des plis

Les plis devront **être déposés** sur le profil acheteur avant la date et l'heure limites de réception des offres indiquées sur la page de garde du présent document.

6.1 - Transmission électronique

La transmission des documents par voie électronique est effectuée sur le profil d'acheteur à l'adresse URL suivante : <https://marchesonline.com>

En revanche, la transmission des documents sur un support physique électronique (CD-ROM, clé usb...) n'est pas autorisée (excepté l'éventuelle copie de sauvegarde).

Attention : le courriel que le candidat aura utilisé sur le profil acheteur pour le dépôt de son offre, sera automatiquement et exclusivement celui utilisé par l'administration pour la correspondance en phase analyse de son offre (demande de compléments ou précisions éventuels, négociation le cas échéant, information sur le rejet ou l'attribution, notification du contrat). Ce courriel doit donc être actif, valide

et consulté régulièrement par le candidat.

Le pli doit contenir deux dossiers distincts comportant respectivement les pièces de la candidature et les pièces de l'offre définies au présent règlement de la consultation.

Chaque transmission fera l'objet d'une date certaine de réception et d'un accusé de réception électronique. A ce titre, le fuseau horaire de référence est celui de (GMT+01:00) Paris, Bruxelles, Copenhague, Madrid. Le pli sera considéré « hors délai » si le téléchargement se termine après la date et l'heure limites de réception des offres.

Si une nouvelle offre est envoyée dans les délais par le même candidat, celle-ci annule et remplace l'offre précédente.

Le pli peut être doublé d'une copie de sauvegarde transmise dans les délais impartis, sur support physique électronique (CD-ROM, DVD-ROM, clé usb) ou sur support papier. Cette copie doit être placée dans un pli portant la mention « copie de sauvegarde », ainsi que le nom du candidat et l'identification de la procédure concernée. Elle est ouverte dans les cas suivants :

- Lorsqu'un programme informatique malveillant est détecté dans le pli transmis par voie électronique ;
- Lorsque le pli électronique est reçu de façon incomplète, hors délai ou n'a pu être ouvert, à condition que sa transmission ait commencé avant la clôture de la remise des plis.

Lorsqu'un programme informatique malveillant est détecté dans la copie de sauvegarde, celle-ci est écartée par l'acheteur.

Les formats électroniques largement disponibles dans lesquels il est recommandé de transmettre les documents sont les suivants :

- Le format de fichier utilisé pour les archives sera compatible et lisible avec le logiciel gratuit 7-zip version **18.05** (x64)
- Le format de fichier utilisé pour les documents PDF sera compatible et lisible avec le logiciel gratuit Adobe Acrobat Reader version **11.0.0.11** (x86)
- Le format de fichier utilisé pour les images sera compatible et lisible avec le logiciel gratuit Fastone Image Viewer version **6.5** (x86)
- Le format de fichier utilisé pour les vidéos sera compatible et lisible avec le logiciel gratuit VLC Media Player version **3.0.4** (x64)
- Le format de fichier utilisé pour les documents techniques et plans sera compatible et lisible avec les logiciels gratuits Autodesk DWG TrueView (lecture fichier autocad DWG et DXF) version 2015 (x64) et Autodesk Design Review package (lecture fichier autocad DWF) version 2013 (x86).

Concernant le format de fichier utilisé pour les documents bureautiques, les formats .doc, .docx et .odt sont exclus au profit du format PDF. Néanmoins, les autres formats utilisés pour les documents bureautiques sont autorisés dès lors qu'ils sont compatibles et lisibles avec le logiciel gratuit Libre Office version 4.3.2 (x86) ou Microsoft Office 2003 Standard Edition SP3 32 bits.

En tout état de cause, les documents qui devront être signés dans le cadre du marché (acte d'engagement et DC4 le cas échéant) devront être au format PDF non protégé.

Pour tout autre format de fichier, les documents seront remis au format PDF, compatible et lisible avec l'outil listé ci-dessus.

Les polices de caractère utilisées dans les documents devront être libres de droit et livrées avec les documents.

Conformément à l'arrêté du 22 mars 2019 relatif à la signature électronique dans les contrats de la commande , la signature doit être une signature avancée reposant sur un certificat qualifié, tel que défini par le règlement européen n° 910/2014 du 23 juillet 2014 sur l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques (eIDAS). Toutefois, les certificats de signature de type RGS demeurent valables jusqu'à leur expiration.

Le certificat de signature qualifié est délivré par un prestataire de service de confiance qualifié répondant aux exigences du règlement eIDAS. Une liste de prestataires est disponible sur le site de l'ANSSI (<https://www.ssi.gouv.fr/>). Il peut aussi être délivré par une autorité de certification, française ou étrangère. Le candidat devra alors démontrer son équivalence au règlement eIDAS.

Le candidat qui utilise un autre outil de signature que celui du profil d'acheteur, ou un certificat délivré par une autre autorité de certification, doit transmettre gratuitement le mode d'emploi permettant la vérification de la validité de la signature.

Les frais d'accès au réseau et de recours à la signature électronique sont à la charge de chaque candidat.

Tout document contenant un virus informatique fera l'objet d'un archivage de sécurité et sera réputé n'avoir jamais été reçu. Le candidat concerné en sera informé. Dans ces conditions, il est conseillé aux candidats de soumettre leurs documents à un anti-virus avant envoi.

L'offre (les offres) du (des) attributaire(s) doit (doivent) être signée(s) électroniquement. La signature électronique n'est pas exigée au stade du dépôt de l'offre. Elle est cependant fortement préconisée dès ce dépôt, dans la mesure où l'offre de l'attributaire doit être obligatoirement signée électroniquement.

Dans l'hypothèse où l'attributaire du marché remet un pli dématérialisé non signé, il sera tenu de retourner l'acte d'engagement, et le DC4 le cas échéant, signés électroniquement avant notification du marché.

La signature électronique doit être individuelle et conforme au format XAdES, CAdES ou PAdES. La signature doit être apposée sur le fichier à signer (acte d'engagement et DC4 le cas échéant) et non sur un dossier compressé, car la signature électronique du pli global n'a pas valeur d'engagement du candidat. GARD TOURISME préconise toutefois l'utilisation d'une signature électronique au format xAdES.

6.2 - Transmission sous support papier

La transmission des plis par voie électronique est imposée pour cette consultation. Par conséquent, la transmission par voie papier n'est pas autorisée.

7 - Examen des candidatures et des offres

7.1 - Sélection des candidatures

S'il apparaît que des pièces du dossier de candidature sont manquantes ou incomplètes, GARD TOURISME peut décider de demander à tous les candidats concernés de produire ou compléter ces pièces dans un délai maximum de 10 jours.

Les candidatures conformes et recevables seront examinées, à partir des seuls renseignements et documents exigés dans le cadre de cette consultation, pour évaluer leur situation juridique ainsi que leurs capacités professionnelles, techniques et financières.

7.2 - Attribution des accords-cadres

Le jugement des offres sera effectué dans les conditions prévues aux articles L.2152-1 à L.2152-4, R. 2152-1 et R. 2152-2 du Code de la commande publique et donnera lieu à un classement des offres.

L'attention des candidats est attirée sur le fait que toute offre irrégulière pourra faire l'objet d'une demande de régularisation, à condition qu'elle ne soit pas anormalement basse. En revanche, toute offre inacceptable ou inappropriée sera éliminée.

Les critères retenus pour le jugement des offres sont pondérés de la manière suivante :

Critères	Pondération
1-Valeur technique (le « Mémoire justificatif »)	70.0 %
2-Prix des prestations	30.0 %

1) Valeur technique : le « Mémoire justificatif » sera noté **sur 70 points** et apprécié au regard des éléments détaillés. Notes réparties de la manière suivante :

Une note synthétique de l'Agence sur sa manière d'appréhender la campagne de promotion et de valorisation du tourisme dans le département du Gard, **les grandes lignes** de son approche créative et sa vision stratégique en matière de positionnement et de choix des Médias pour sa diffusion et sa planification notée **sur 30 POINTS**

Une note de présentation des moyens techniques et humains affectés à la réalisation des prestations avec notamment la structure de l'équipe (organigramme, profils proposés, rôle), les entités de rattachement

(s'il y a un mandataire avec des co-traitants ou des sous-traitants, faire ressortir les rôles de chacun) et les CV des personnes affectées aux traitements des prestations **sur 10 POINTS**

Une note du mode de fonctionnement et d'organisation pour la réalisation des prestations (schéma organisationnel, document de suivi, indicateurs de pilotages de l'activité et tout autre élément du fonctionnement de l'entreprise) **sur 5 POINTS**

Une Présentation d'exemples de réalisations de campagnes de communication idéalement dans les domaines du Tourisme et en particulier en matière de vidéos publicitaires, de déclinaisons sur différents supports print et web, d'identité visuelles ainsi que d'achat d'espace **sur 20 POINTS**

Une note de présentation sur l'organisation du planning de déroulement et de diffusion de campagne de communication, **sur 5 POINTS**

2) Le critère prix : Il est noté sur **30 points** et calculé conformément à la formule suivante :
 $30 \times (Pm/P)$ 30 est la note maximale
Pm = prix de l'offre la moins-disante.
P = prix de l'offre à calculer.

3) La note finale : Elle sera sur **100 points** et calculé selon la formule suivante :
Note technique sur **70 points** + Note prix sur **30 points**

7.3 - Suite à donner à la consultation

L'offre la mieux classée sera donc retenue à titre provisoire en attendant que le ou les candidats produisent les certificats et attestations des articles R. 2143-6 à R. 2143-10 du Code de la commande publique. Le délai imparti par GARD TOURISME pour remettre ces documents ne pourra être supérieur à 10 jours.

8 - Renseignements complémentaires

8.1 - Adresses supplémentaires et points de contact

Pour tout renseignement complémentaire concernant cette consultation, les candidats transmettent impérativement leur demande par l'intermédiaire du profil d'acheteur du pouvoir adjudicateur, dont l'adresse URL est la suivante : <https://marchesonline.com>

Cette demande doit intervenir au plus tard 8 jours avant la date limite de remise des plis.

Une réponse sera alors adressée, à toutes les entreprises ayant téléchargé le dossier après identification, 6 jours au plus tard avant la date limite de réception des offres via la messagerie du profil d'acheteur <https://marchesonline.com>

8.2 - Procédures de recours

Le tribunal territorialement compétent est :
Tribunal Administratif de Nîmes
16 avenue Feuchères
30941 NIMES CS88010 CEDEX 9

Tél : 04 66 27 37 00 - Télécopie : 04 66 36 27 86
Courriel : greffe.ta-nimes@juradm.fr
Adresse internet (U.R.L) : <http://nimes.tribunal-administratif.fr/>

Les voies de recours ouvertes aux candidats sont les suivantes : Référé précontractuel prévu aux articles L.551-1 à L.551-12 du Code de justice administrative (CJA), et pouvant être exercé avant la signature du contrat. Référé contractuel prévu aux articles L.551-13 à L.551-23 du CJA, et pouvant être exercé dans les délais prévus à l'article R. 551-7 du CJA. Recours de pleine juridiction ouvert aux tiers justifiant d'un intérêt lésé, et pouvant être exercé dans les deux mois suivant la date à laquelle la conclusion du contrat est rendue publique.

Pour obtenir des renseignements relatifs à l'introduction des recours, les candidats devront s'adresser à :

Tribunal Administratif de Nîmes
16 avenue Feuchères
30941 NIMES CS88010 CEDEX 9

Tél : 04 66 27 37 00 - Télécopie : 04 66 36 27 86
Courriel : greffe.ta-nimes@juradm.fr
Adresse internet (U.R.L) : <http://nimes.tribunal-administratif.fr/>