



**ACCORD CADRE 2025\_016**  
**CAHIER DES CLAUSES PARTICULIERES**  
**(CCP)**

**REALISATION DE VISITES MYSTERE**

## SOMMAIRE

<b>TITRE LIMINAIRE : PRESENTATION DE L'AMF.....</b>	<b>4</b>
<b>1. DOCUMENTS REGISSANT L'ACCORD-CADRE.....</b>	<b>4</b>
1.1. TEXTES APPLICABLES .....	4
1.3. PARTIES CONTRACTANTES .....	5
1.4. DOCUMENTS CONTRACTUELS .....	5
<b>2. OBJET DE L'ACCORD-CADRE.....</b>	<b>5</b>
<b>3. FORME DE L'ACCORD-CADRE.....</b>	<b>6</b>
<b>4. DUREE DE L'ACCORD-CADRE.....</b>	<b>7</b>
<b>5. DESCRIPTION DES PRESTATIONS : VISITES MYSTERE EN AGENCE (LOT N° 1) ET VISITES MYSTERE EN LIGNE (LOT N° 2).....</b>	<b>7</b>
5.1. LOT n° 1 - LES VISITES MYSTERE REALISEES EN AGENCE .....	8
5.2. LOT N° 2 - LES VISITES MYSTERE EN LIGNE : SITES INTERNET OU APPLICATIONS MOBILES.....	12
<b>6. MODALITES D'EXECUTION DES PRESTATIONS.....</b>	<b>16</b>
6.1. LIEU D'EXECUTION DES PRESTATIONS .....	16
6.2. MODALITES DE COMMANDE DES PRESTATIONS.....	16
6.3. REUNIONS PREPARATOIRES AU LANCEMENT DES CAMPAGNES.....	17
6.4. PLANNING INDICATIF DE REALISATION D'UNE CAMPAGNE DE VISITES MYSTERE.....	17
6.5. COMPETENCES ET CHANGEMENTS DES INTERVENANTS .....	17
<b>7. OBLIGATIONS DES PARTIES .....</b>	<b>17</b>
7.1. OBLIGATIONS DU TITULAIRE.....	17
7.2. OBLIGATIONS DE L'AMF.....	18
<b>8. SOUS-TRAITANCE .....</b>	<b>18</b>
8.1. DISPOSITIONS GENERALES .....	18
8.2. ACCEPTATION DES SOUS-TRAITANTS ET AGREMENT DES CONDITIONS DE PAIEMENT.....	18
8.3. PAIEMENT DIRECT DU SOUS-TRAITANT.....	19
8.4. MODALITES DE FACTURATION DU SOUS-TRAITANT .....	19
8.5. OBLIGATIONS DU TITULAIRE.....	19
<b>9. CONTROLE DES PRESTATIONS .....</b>	<b>20</b>
<b>10. MODALITES DE RECEPTION DES OPERATIONS, AJOURNEMENT, REFACTION, REJET ..</b>	<b>20</b>
<b>11. PRIX DE L'ACCORD-CADRE ET MODALITES DE REVISIONS DES PRIX .....</b>	<b>20</b>
11.1. PRIX DE L'ACCORD-CADRE .....	20
11.2. MODALITES DE REVISION DES PRIX.....	20
<b>12. MODALITES DE FACTURATION .....</b>	<b>21</b>
12.1. MODALITES DE FACTURATION .....	21
12.2. TRANSMISSION ELECTRONIQUE DES FACTURES .....	21
12.3. MENTIONS OBLIGATOIRES DES FACTURES DEMATERIALISEES.....	21
12.4. CAS DE LA SOUS-TRAITANCE .....	22
<b>13. DELAIS DE PAIEMENT ET INTERETS MORATOIRES .....</b>	<b>22</b>
<b>14. DISPOSITIONS RELATIVES AUX INTERVENANTS SUR SITE.....</b>	<b>23</b>
<b>15. NON SOLLICITATION DU PERSONNEL DU TITULAIRE.....</b>	<b>23</b>
<b>16. CONFIDENTIALITE ET PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL .....</b>	<b>23</b>

16.1. CONFIDENTIALITE .....	23
16.2. EXIGENCES LIEES AU RESPECT DES REGLES RELATIVES AU TRAITEMENT DE DONNEES A CARACTERE PERSONNEL .....	24
<b>17. PROPRIETE INTELLECTUELLE .....</b>	<b>25</b>
<b>18. RESPONSABILITE ET ASSURANCE.....</b>	<b>26</b>
18.1. RESPONSABILITE .....	26
18.2. ASSURANCE .....	26
<b>19. PENALITES DE RETARD .....</b>	<b>27</b>
<b>20. RESILIATION .....</b>	<b>27</b>
<b>21. EXECUTION AUX FRAIS ET RISQUES .....</b>	<b>27</b>
<b>22. PROCEDURE EN CAS DE LITIGE .....</b>	<b>28</b>
<b>23. LANGUE ET DROIT APPLICABLE.....</b>	<b>28</b>
<b>24. PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT .....</b>	<b>28</b>
<b>25. CLAUSE DE REEXAMEN .....</b>	<b>29</b>
<b>26. DEROGATIONS AU CCAG-PI .....</b>	<b>29</b>

## TITRE LIMINAIRE : PRESENTATION DE L'AMF

L'Autorité des marchés financiers est une autorité publique indépendante au service de la protection de l'épargne.

L'Autorité des marchés financiers comprend un Collège et une Commission des sanctions. Pour exercer sa fonction, elle s'appuie sur l'expertise de 5 Commissions consultatives et d'environ 500 collaborateurs. Elle bénéficie d'une large autonomie de gestion.

En application de la loi, l'Autorité des marchés financiers a pour missions de veiller :

- ☐ A la protection de l'épargne investie en produits financiers ;
- ☐ A l'information des investisseurs ;
- ☐ Au bon fonctionnement des marchés.

Pour ce faire, l'Autorité des marchés financiers s'attache à :

- ☐ Veiller au bon déroulement des opérations financières et à la transparence de l'information ;
- ☐ Définir les règles du jeu des marchés, des professionnels et des produits d'épargne collective ;
- ☐ Surveiller les marchés (contrôles, enquêtes et sanctions) ;
- ☐ Mener des actions de pédagogie et de médiation auprès des particuliers.

L'Autorité des marchés financiers agit en coordination avec les autres autorités chargées du contrôle des professions financières et bancaires : la Banque de France et l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution. Dans un contexte d'intégration des marchés financiers, l'Autorité des marchés financiers apporte également son concours à la régulation européenne et mondiale en participant aux instances internationales et en coopérant avec ses homologues étrangers.

## 1. DOCUMENTS REGISSANT L'ACCORD-CADRE

### 1.1. TEXTES APPLICABLES

Le présent accord-cadre est soumis aux dispositions du Code de la commande publique.

Il est passé selon une procédure d'appel d'offres ouvert en application des articles R. 2124.2. et R. 2161-2. à R. 2161-5. dudit code.

### 1.2. DEFINITIONS

Dans le présent accord-cadre, chacune des expressions ci-dessous aura la signification donnée *infra* :

- ☐ « Accord-cadre mono-attributaire », au sens du présent document, désigne le contrat attribué à un seul Titulaire ;
- ☐ « Bon(s) de commande » désigne les documents écrits adressés au titulaire de l'accord-cadre qui précisent celles des prestations, décrites dans l'accord-cadre, dont l'exécution est demandée et en déterminent la quantité.

### 1.3. PARTIES CONTRACTANTES

Les parties au contrat sont :

- ☐ L'Autorité des marchés financiers (dénommée « AMF » ou « pouvoir adjudicateur » dans le présent document), représentée par sa présidente ou par ses délégataires dûment désignés par décisions en date du 1<sup>er</sup> août 2017 ;
- ☐ Le Titulaire de l'accord-cadre.

### 1.4. DOCUMENTS CONTRACTUELS

Par dérogation à l'article 4.1 du CCAG PI, les documents contractuels régissant le présent accord-cadre prévalent dans l'ordre de priorité suivant :

- ☐ L'acte d'engagement, daté et signé ;
- ☐ Le bordereau de prix, daté et signé ;
- ☐ Le présent Cahier des Clauses Particulières (CCP) valant cahier des clauses administratives et cahier des clauses techniques ;
- ☐ Le Cahier des Clauses Administratives Générales applicable aux marchés publics de prestations intellectuelles (CCAG-PI) approuvé par l'arrêté du 30 mars 2021 (JORF n°0078 du 1 avril 2021) ;
- ☐ Les actes de sous-traitance et les avenants, postérieurs à la notification du marché ;
- ☐ La proposition technique remise par le Titulaire à l'appui de son offre.

Bien que non matériellement joint à l'accord-cadre, le CCAG-PI est réputé connu des parties. Le CCAG-PI est téléchargeable sur le site de Légifrance : <http://www.legifrance.gouv.fr/>

En cas de contradiction entre les documents énumérés ci-dessus, la documentation de rang supérieur prévaut pour l'obligation en cause.

Il est expressément stipulé que les conditions générales de vente du Titulaire (ou tout autre document similaire édité ou habituellement utilisé par le Titulaire) ainsi que les conditions contractuelles éventuellement annexées à son offre technique et commerciale ne sont pas applicables au présent accord-cadre. Elles ne constituent pas des documents contractuels.

## 2. OBJET DE L'ACCORD-CADRE

Le présent accord-cadre a pour objet la réalisation de visites mystère de prospects ou clients qui se déroulent :

- ☐ **Lot 1 : En agence<sup>1</sup>** au sein des différents réseaux bancaires localisés en France (ou auprès de conseillers en investissement financiers, CIF), portant sur la commercialisation de produits ou services d'investissement (y compris cryptos-actifs, financement participatif) (Cf. article 5.1) ci-après ;
- ☐ **Lot 2 : En ligne** sur des **sites internet ou des applications mobiles de plateformes d'investissement au sens large**, accessibles aux épargnants français, pouvant également inclure d'autres canaux tels que les appels téléphoniques, visio-conférences ou les passages en agence (portant sur la commercialisation des mêmes produits ou services d'investissement que pour le lot 1) (Cf. article 5.2 ci-après ;

---

<sup>1</sup> Agence signifie ici tout lieu physique de vente, quel que soit la nature de l'entité assurant la commercialisation

L'organisation de visites mystère par l'AMF ne constitue pas un exercice de contrôle de l'activité des distributeurs de produits financiers mais vise à observer la bonne application des règles de commercialisation et à mieux connaître les conditions de commercialisation des produits financiers<sup>2</sup> auprès des épargnants.

Les visites mystère doivent notamment permettre d'identifier les bonnes et les mauvaises pratiques en matière de commercialisation des produits d'investissement ainsi que la bonne conformité des pratiques de commercialisation et d'engager un dialogue avec les professionnels concernés sur des bases concrètes afin d'améliorer la qualité du conseil et de l'information fournies aux épargnants.

Les visites mystère sont réalisées depuis fin 2010 par l'AMF et font l'objet d'une synthèse publiée dans la [Lettre de l'observatoire](#) de l'épargne ainsi que d'un document distinct [présentant l'intégralité des résultats de l'étude](#).

A titre indicatif, au moins une campagne de visites mystère est réalisée chaque année de manière physique ou en ligne. Quelle que soit la prestation demandée, l'AMF détermine au préalable :

- ☐ Le(s) scénario(ii) détaillés ;
- ☐ Le(s) profil(s) type du visiteur mystère ;

Et ce, afin notamment de pouvoir répondre aux différents questionnaires de connaissance client.

Les objectifs de ces visites mystère sont notamment de (liste non exhaustive) :

- ☐ Vérifier la bonne découverte du profil du prospect (situation du client, connaissances, expérience en matière d'investissement, situation financière et capacité du client à subir les pertes, tolérance au risque, objectifs d'investissement, etc.) ;
- ☐ Vérifier la pertinence des propositions commerciales par rapport au profil du prospect ;
- ☐ Vérifier la qualité de l'information donnée sur les produits tout au long du parcours ;
- ☐ Vérifier la formalisation du service d'investissement (réception et transmission d'ordre, conseil ou encore gestion sous mandat) avant la souscription, et la bonne compréhension des processus MIF2, ou encore vérifier les processus d'alerte ;
- ☐ Vérifier les modalités de fermeture de comptes et les délais de recouvrement des sommes ;
- ☐ Collecter la documentation réglementaire et commerciale délivrée ;
- ☐ Collecter les communications commerciales délivrées et les recenser par canaux de communication ;
- ☐ Observer les aspects marketing donnant lieu à des incitations commerciales ;
- ☐ Recueillir la perception et les ressentis des clients ;
- ☐ Comparer les résultats des campagnes sur plusieurs années, etc.

### 3. FORME DE L'ACCORD-CADRE

Le présent un accord-cadre est alloti comme suit :

- ☐ Le lot 1 « Visites mystère réalisées en agence ;
- ☐ Le lot 2 « Visites mystère réalisées en ligne.

Chaque lot du présent accord-cadre est mono-attributaire et conclu sans montant minimum et avec un montant maximum pour toute leur durée.

Chaque lot s'exécute par bons de commandes.

---

<sup>2</sup> Exemples de produits financiers : actions, obligations, OPCVM/fonds, produits structurés, produits dérivés, SCPI, cryptos-actifs, financement participatif, etc.

	Montant estimé (Pour la durée totale)		Montant maximum (Pour la durée totale)	
Lot 1. Visites mystère réalisées en agence	106 666€ HT	128 000 € TTC	128 000€ HT	153 600 € TTC
Lot 2. Visites mystère réalisées en ligne	60 000€ HT	72 000 € TTC	72 000€ HT	86 400 € TTC
Totalité de l'accord-cadre	166 666 € HT	200 000 € TTC	200 000 € HT	240 000 € TTC

- ☐ **Le montant maximum** est contractuel, toutefois, il n'a pas vocation à être atteint : il correspond au seuil limite à l'atteinte duquel le marché prend fin. Toutefois le titulaire s'engage à honorer ce montant de commande le cas échéant. Ce montant comprend donc une part d'aléas.
- ☐ **Le montant estimé** est communiqué à titre indicatif, pour permettre une meilleure prise en compte des besoins. Il n'est pas contractuel.

### Remarques

Pour information, certaines études s'étalent sur deux années. Il est également précisé que chaque rendez-vous en agence dure 1h en moyenne.

## 4. DUREE DE L'ACCORD-CADRE

Chaque lot est conclu pour une durée d'un an ferme à compter du 2 mai 2026 ou à compter de leur date de notification si cette dernière est postérieure à cette date. Chaque lot peut être reconduit tacitement par période d'une année, dans la limite de trois reconductions. La durée totale maximale de chaque lot est ainsi limitée à quatre ans. Le Titulaire ne peut pas refuser la reconduction.

Si l'AMF ne souhaite pas reconduire l'accord-cadre, cette décision est notifiée au Titulaire par l'AMF par lettre recommandée avec avis de réception dans un délai de deux mois avant la fin de la période d'exécution en cours.

Le Titulaire ne peut se prévaloir d'aucune indemnité ni d'aucun préjudice en cas d'absence de reconduction de l'accord-cadre.

Les bons de commande peuvent être émis jusqu'au dernier jour de validité de l'accord-cadre. Ils sont exécutoires, même après la fin de l'accord-cadre, dès lors que le délai d'exécution des prestations stipulées au bon de commande ne dépasse pas trois mois après la fin de l'accord-cadre.

## 5. DESCRIPTION DES PRESTATIONS : VISITES MYSTERE EN AGENCE (LOT N° 1) ET VISITES MYSTERE EN LIGNE (LOT N° 2)

Le Titulaire est chargé de la réalisation de visites mystère réalisées par vague / campagnes.

Pour les deux lots, les campagnes de visites mystère peuvent prendre plusieurs formes :

- ☐ Les visites mystère en agence, généralement ponctuelles, mais certaines campagnes peuvent être récurrentes tous les trois-quatre ans, par exemple pour les « [phile/phobe](#) »
- ☐ Les visites mystère en ligne : réalisées sur des sites, applications mobiles ou plateformes d'investissement, avec possibilité de campagnes récurrentes selon les besoins.

Les prestations faisant l'objet du présent accord-cadre portent sur des sujets complexes nécessitant une expertise technique et méthodologique avérée, et supposent que le Titulaire dispose des ressources, compétences et moyens adéquats pour en assurer la bonne exécution.

## 5.1. LOT N° 1 - LES VISITES MYSTERE REALISEES EN AGENCE

### 5.1.1. Contexte de la prestation

Chaque campagne de visites mystère nécessite la mobilisation d'un nombre de visiteurs mystère déterminé par l'AMF, aux profils variés (jeunes, seniors, aisés...), dans toute la France métropolitaine.

Les visiteurs doivent avoir des connaissances financières en lien avec le scénario préalablement défini sans être pour autant experts.

La visite peut se dérouler dans les réseaux bancaires, ou auprès de conseillers en investissements financiers (CIF) ou dans d'autres lieux de vente de produits financiers ou équivalents identifiés par l'AMF. La visite sera conduite en suivant le(s) scénario(ii) préalablement définis par l'AMF.

La visite mystère est un parcours qui comprend par une prise de rendez-vous puis la réalisation du rendez-vous en agence. Il peut y avoir plusieurs rendez-vous à mener pour réaliser l'ouverture et la clôture de comptes et de produits.

Chaque campagne vise un nombre d'établissements prédéfini, généralement une dizaine ou légèrement davantage. Les visites mystère d'une campagne doivent impérativement être réalisées par les mêmes visiteurs (en nombre limité) afin de faciliter le traitement et l'analyse des données et de garantir l'homogénéité des profils et la comparabilité des résultats.

L'objectif des visites mystère réalisées en agence est d'observer et évaluer plus spécifiquement (liste non exhaustive) :

- ☐ La qualité du questionnement par le conseiller, le respect et l'appropriation des contraintes réglementaires ;
- ☐ La pertinence des propositions commerciales effectuées, les arguments utilisés, selon le scénario envisagé ;
- ☐ La qualité et l'intelligibilité de l'information donnée sur les produits, en particulier sur les frais et les risques liés aux produits, ainsi que l'équilibre avantages / inconvénients de la documentation fournie ;
- ☐ Le traitement de certaines thématiques (risque, performance nette, recueil du consentement éclairé, placements responsables ou durables, etc.) ;
- ☐ La remise et l'utilisation des documents commerciaux et réglementaires ;
- ☐ La perception et la satisfaction des prospects ;
- ☐ Le cas échéant, la comparaison des résultats des campagnes réalisées avec le mode opératoire choisi par l'AMF, risquophile/risquophobe par exemple.

### 5.1.2. Obligations du Titulaire dans le cadre du lot n° 1

Dans le cadre de ces visites mystère en agence, le Titulaire pourra être amené à :

- ☐ Cas 1 : Réaliser pour chaque visite un seul déplacement<sup>3</sup> en agence. Cela peut être le cas quand l'objectif est par exemple de tester une partie du parcours comme l'entrée en relation (prospect) ;

---

<sup>3</sup>Est entendu comme un déplacement, une visite physique en agence : les rendez-vous téléphoniques ne sont donc pas des déplacements au sens du présent CCP



- Cas 2 : Réaliser pour chaque visite plusieurs déplacements en agence. Cela peut être le cas s'il est demandé de réaliser la totalité du parcours pour, par exemple, **aller jusqu'à la souscription**.

Dans certains cas, par exemple quand il s'agit d'observer le processus de réclamations, les actions à mener peuvent s'inscrire dans un temps plus long.

Ainsi, le visiteur mystère, selon le parcours réalisé, est qualifié :

- de « prospect » s'il ne réalise pas de souscription,
- de « client » s'il est déjà détenteur d'un compte, quel qu'il soit, au sein de l'établissement,
- ou de « nouveau client » s'il réalise une première souscription au sein d'un établissement.

La majorité des visites sont réalisées sous l'angle de visiteurs mystères qualifiés de « prospect » : le titulaire réalise au moins 25 % des visites qui aboutissent sur une souscription ( « nouveau client »).

Dans tous les cas, il sera demandé au visiteur mystère d'aller jusqu'à la proposition de produit, et dans le cas d'un service de conseil, jusqu'à la remise du rapport d'adéquation proposant des produits.

Selon les établissements, en particulier dans le cas d'une souscription « nouveau client », cela peut représenter plusieurs rendez-vous (le plus souvent deux), en agence et donc plusieurs déplacements pour le visiteur mystère en vue d'observer le parcours de commercialisation. Une visite mystère comprend la totalité de ce parcours, quel que soit le nombre de rendez-vous. Pour les prestations nécessitant plusieurs déplacements, il doit inclure l'ensemble des déplacements nécessaires à la réalisation complète du parcours.

Dans le cas d'une souscription, le Titulaire avance une somme d'argent au sein de chacun des établissements visités pour ouvrir un compte et souscrire un ou plusieurs placements financiers, selon le scénario retenu. Cette somme peut rester investie plusieurs semaines selon le scénario retenu et le produit souscrit.

Cette somme ne peut en aucun cas être avancée, ni remboursée par l'AMF.

Cependant, les éventuelles pertes financières dues aux opérations passées sur le compte au cours des opérations de visites mystère sont prises en charge par l'AMF en fin de mission (à la fin de la campagne ou de l'étude) et peuvent atteindre jusqu'à 100% du montant investi à la souscription sauf indication contraire au démarrage de l'étude.

Les éventuelles pertes sont remboursées sur présentation de justificatifs probants (bordereau de souscription accompagné des avis d'opéré, ou autres documents justifiant de la perte de capital) arrêtés au moment de la demande de remboursement.

Le montant initial de la souscription se situe entre 150 euros et 1 000 euros par produit, exceptionnellement plus. Le montant initial de la souscription est fixé au moment du scénario établi par l'AMF. Plusieurs produits peuvent être souscrits par visite. Plus le montant de souscription est important, moins il sera envisagé de visites et d'ouverture de compte. L'AMF s'engage à ne pas demander plus de 12 000 euros d'investissement simultané par campagne, au besoin un roulement ou un étalement peut être défini entre l'AMF et le Titulaire.

L'AMF, en sus, rembourse les frais liés à la gestion du compte et aux placements souscrits facturés par la banque (ouverture, clôture...) sur justificatifs.

Au titre de chaque campagne de visites mystère réalisées en agence, le Titulaire doit assurer la réalisation de trois chantiers, décrits ci-dessous.

### 5.1.3. Chantier n° 1 – Préparation des visites mystère

Au titre du chantier n° 1, le Titulaire s'engage à :

1. Analyser les scénarii d'entretiens et les grilles d'analyse et de restitution qui lui sont fournis par l'AMF et proposer des améliorations ;
2. Proposer le planning de réalisation ;
3. Proposer la liste des villes dans lesquelles se déroulent les visites mystère, dans le respect des critères imposés par l'AMF (taille des villes, nombre de points de vente...). La liste définitive est validée par l'AMF ;
4. Mobiliser, recruter et former les visiteurs mystère pour qu'ils soient en mesure de respecter et de mettre en scène le script final qui est arrêté entre le Titulaire et l'AMF. Afin d'éviter un biais de professionnalisation des visiteurs mystère, il est préférable que ceux-ci soient renouvelés entre les différentes campagnes. Cette exigence sera toutefois appréciée par l'AMF, en concertation avec le Titulaire.
5. Organiser une séance de briefing des visiteurs mystère avant réalisation de chaque campagne, avec un représentant de l'AMF. Cette réunion peut se tenir selon les modalités suivantes :
  - ☐ Réunion physique ;
  - ☐ Visioconférence.

Le Titulaire doit donc livrer à l'AMF :

- ☐ Le planning détaillé de la campagne ;
- ☐ Le scénario final sous la forme d'un script détaillé et la grille de restitution permettant d'identifier les points abordés et ceux qui ne l'ont pas été ;
- ☐ Un rapport présentant les modalités pratiques des visites mystère (villes, dates, nombres de visiteurs mystère affectés) ;
- ☐ Une indication des profils, du nombre et de la localisation des visiteurs mystère recrutés ou affectés aux visites par le Titulaire de l'accord-cadre ;
- ☐ Un descriptif précis de la formation des visiteurs mystère et des instructions qui leur sont données afin qu'ils soient en mesure de respecter et de mettre en scène le script final.

#### 5.1.4. Chantier n° 2 – Réalisation des visites mystère

Au titre du chantier n° 2, le Titulaire s'engage à :

1. Mettre en œuvre l'organisation pratique des visites mystère ;
2. Assurer le respect du planning de réalisation convenu dans le cadre du chantier n° 1 ;
3. Contrôler au fur et à mesure la qualité des retours d'enquête des visiteurs mystère :
  - ☐ Respect du scénario et de ses contraintes ;
  - ☐ Grilles de restitution correctement complétées ;
  - ☐ Obtention des documents pertinents, au fil de l'eau : documents commerciaux (ex : dépliant, brochure commerciale) ou réglementaires (ex : DIC, rapport d'adéquation), bulletins de souscription, conditions générales de vente, grille tarifaire, lettre de mission... ;
  - ☐ Retranscription exhaustive des propositions commerciales formulées par le conseiller (nom et caractéristiques des produits notamment) ;
  - ☐ Richesse et qualité des verbatim recueillis.
4. Réaliser des points et des rapports d'étape auprès de l'AMF et s'engager à signaler toute difficulté rencontrée, afin, le cas échéant, d'envisager une adaptation dans le déroulement des visites mystère. Le nombre et leur cadence sont précisés par l'AMF au Titulaire (par mail ou courrier, etc.).

#### 5.1.5. Chantier n° 3 – Analyse et rédaction du rapport final

Au titre du chantier n° 3, le Titulaire analyse les résultats des visites mystère et présente dans un rapport final les conclusions à tirer de chaque vague de visites mystère. Ce rapport final comprend :

- ☐ Synthèse et analyse globale consolidée (toutes enseignes confondues) sous format PowerPoint (comprenant des analyses rédigées, des tableaux et graphiques, et la mise en avant des points saillants, et représentant un produit « fini » pour les présentations de l'AMF...);
- ☐ Synthèse et analyse par enseigne sous format PowerPoint (comprenant des analyses rédigées, des tableaux et graphiques, et la mise en avant des points saillants, et représentant un produit « fini » pour les présentations de l'AMF...);
- ☐ Des annexes qui comprennent :
  - L'ensemble des grilles de restitution par visite ;
  - La compilation des données des grilles de restitution par enseigne (y compris les commentaires et verbatim et les propositions commerciales formulées) sous format Excel ;
  - La compilation des données des grilles de restitution au global sous format Excel.
  - L'ensemble de la documentation remise en papier ou par envoi électronique au visiteur mystère sous format PDF ;
  - L'ensemble des communications mail (ou électronique au sens large) entre l'établissement et le visiteur mystère.

L'analyse porte sur les différents points suivants (liste non limitative) :

- ☐ La qualité du questionnement par le conseiller ;
- ☐ Le respect des contraintes réglementaires ;
- ☐ La qualité et l'intelligibilité de l'information donnée sur les produits, en particulier sur les frais et les risques liés aux produits, ainsi que l'équilibre avantages / inconvénients ;
- ☐ Le traitement des thèmes spécifiquement surveillés (risque, performance, liquidité...) ;
- ☐ La pertinence des propositions commerciales ou arguments utilisés, selon le scénario envisagé ;
- ☐ La remise des documents ;
- ☐ La perception des prospects sur le service apporté ;
- ☐ La satisfaction des prospects ;
- ☐ La comparaison des résultats des campagnes réalisées avec le même mode opératoire par le passé.

Pour cela l'AMF met à disposition du Titulaire les résultats de visites mystère effectuées avec les Titulaires précédents.

Le rapport final présente enfin les éventuelles évolutions permettant d'améliorer les prochaines campagnes de visites mystère.

La fiabilité des chiffres, la qualité et la précision de l'analyse constituent un élément déterminant de l'appréciation de l'AMF quant à la pertinence des conclusions à tirer des visites mystère.

- ☐ Les livrables transmis à l'AMF doivent avoir fait l'objet d'un contrôle de cohérence. A titre d'exemple, les chiffres du livrable 1 doivent, s'ils traitent des mêmes données, coïncider avec les chiffres du livrable 2.
- ☐ Le titulaire doit pouvoir prouver et justifier l'analyse et les résultats obtenus.
- ☐ Les termes utilisés doivent faire référence à un vocabulaire connu et pratiqué dans le cadre des visites mystère. La précision du vocabulaire est un élément important pour l'AMF.
- ☐ Les analyses doivent être produites avec rigueur et doivent être exploitables en l'état par l'AMF.
- ☐ Par ailleurs, l'AMF réalise également une analyse à posteriori pour commenter les résultats obtenus.

L'AMF peut demander au Titulaire de justifier le profil des visiteurs mystère ayant réalisé chaque campagne de visites mystère.

## 5.2. LOT N° 2 - LES VISITES MYSTERE EN LIGNE : SITES INTERNET OU APPLICATIONS MOBILES

### 5.2.1. Contexte de la prestation

La visite mystère « à distance » débute sur un média numérique notamment internet (en ligne sur un site internet, sur une application mobile, via tout type de réseaux sociaux, formulaire de contact, ...), et pouvant aller jusqu'à l'ouverture et la clôture de comptes et de produits.

La visite mystère peut être initiée via une inscription, demande d'informations, formulaire, clic sur une bannière ou publicité etc., que ce soit via un PC, une tablette ou un mobile. Le terme « à distance » signifie que la visite mystère peut s'effectuer sur différents canaux, en ligne et / ou par téléphone, etc.

Chez certains acteurs, qui ne sont pas purement digitaux, une étape en présentiel peut parfois avoir lieu (ex : passage en agence).

Chaque campagne vise un nombre d'établissements prédéfini, généralement une dizaine ou légèrement davantage. Les visites mystère d'une campagne doivent impérativement être réalisées par les mêmes visiteurs (en nombre limité) afin de faciliter le traitement et l'analyse des données et de garantir l'homogénéité des profils et la comparabilité des résultats.

Selon les campagnes, les acteurs peuvent être de différente nature : établissements bancaires, conseillers en investissements financiers, plateformes en ligne agréées ou non, prestataires spécialisés tels que les prestataires de services sur cryptos-actifs (PSCA), prestataires de services de financement participatif (PSFP), etc.

L'objectif des visites mystère en ligne est, selon les campagnes, d'observer tout ou partie des éléments suivants (liste non exhaustive) :

- ☐ La nature du service ou du produit proposé, le circuit de distribution (producteurs ou intermédiaires)
- ☐ Les modalités d'ouverture de compte et de souscription sur internet ;
- ☐ Les modes de commercialisation et l'articulation entre les différents canaux utilisés (site internet, plateforme téléphonique, réseaux sociaux, webinaires, messagerie, mails, chat voire chatbot...);
- ☐ Le questionnement réalisé auprès du prospect ;
- ☐ Le respect des contraintes réglementaires ;
- ☐ La qualité et l'intelligibilité de l'information donnée sur les produits à toutes les étapes du parcours, en particulier sur les frais et les risques liés aux produits, ainsi que l'équilibre avantages / inconvénients ;
- ☐ La remise et l'utilisation des documents commerciaux et réglementaires ;
- ☐ L'adéquation ou le caractère approprié des propositions commerciales formulées ;
- ☐ Le ressenti et la perception des visiteurs mystère ;
- ☐ La réalisation du passage d'ordre ainsi que la récupération des fonds par le client ;
- ☐ La comparaison avec les précédentes visites mystère.

Le visiteur mystère devra télécharger l'ensemble de la documentation jugée utile par l'AMF et conserver l'intégralité des échanges et informations transmises (PC, tablette, smartphone). Il devra procéder à des captures d'écran à chaque étape du parcours client afin de permettre à l'AMF d'analyser les éléments recueillis. Le visiteur mystère sera également tenu de transmettre les courriels reçus, de retranscrire les échanges téléphoniques et de communiquer, le cas échéant, l'ensemble des documents obtenus au fil de l'eau.

Pour les sites proposant du conseil automatisé, il peut être demandé au Titulaire d'adapter le profil de risque pour apprécier les changements de propositions commerciales.

### 5.2.2. Obligations du Titulaire dans le cadre du lot n° 2

Dans le cadre de ces visites mystère en ligne, le Titulaire peut être amené à réaliser trois types de visite :

- ☐ Cas 1 : Visite sans ouverture de compte avec passage sur un site internet. Cela peut être le cas quand l'objectif est par exemple de tester si le site est une escroquerie, ou encore si l'objectif est d'observer une partie du parcours ;
- ☐ Cas 2 : Visite sans ouverture de compte avec plusieurs passages sur un site internet dans un délai de 3 mois maximum.
- ☐ Cas 3 : Visite avec ouverture de compte avec plusieurs passages sur le site internet et clôture des comptes dans un délai de 3 mois maximum. Cela peut être le cas s'il est demandé de réaliser la totalité du parcours pour, par exemple, aller jusqu'à la souscription.

Dans certains cas, par exemple lorsqu'il s'agit d'observer les techniques des escrocs ou le processus de réclamations, les actions à mener peuvent s'inscrire dans un temps plus long qui demeure néanmoins inférieur à un an.

Ainsi, le visiteur mystère, selon le parcours réalisé, est qualifié :

- de « prospect » s'il ne réalise pas de souscription,
- de « client » s'il est déjà détenteur d'un compte, quel qu'il soit, au sein de l'établissement ,
- ou de « nouveau client » s'il réalise une première souscription au sein d'un établissement.

Les visiteurs « client » sont prioritairement sollicités dans les « Cas 1 » et « Cas 2 » en vue notamment d'accéder à l'espace client des établissements sans avoir à recourir à l'ouverture de compte au préalable.

Dans le cas d'une souscription, le Titulaire avance une somme d'argent au sein de chacun des établissements visités pour ouvrir un compte et/ou souscrire un ou plusieurs placements financiers, selon le scénario retenu. Cette somme peut rester investie plusieurs semaines selon le scénario retenu et le produit souscrit.

Cette somme ne peut en aucun cas être avancée par l'AMF. Cependant, les éventuelles pertes financières dues aux opérations passées sur le compte au cours des opérations de visites mystère seront prises en charge par l'AMF en fin de mission et peuvent monter jusqu'à 100% du montant investi à la souscription sauf indication contraire au démarrage de l'étude.

Les éventuelles pertes sont remboursées sur présentation de justificatifs probants (bordereau de souscription, avis d'opéré...) arrêtés au moment de la demande de remboursement.

Le montant initial de la souscription se situe entre 150 euros et 1000 euros par produit, exceptionnellement plus. Le montant initial de la souscription est fixé au moment du scénario établi par l'AMF. Plusieurs produits peuvent être souscrits par visite. Plus le montant de souscription est important, moins il sera envisagé de visites et d'ouverture de compte. L'AMF s'engage à ne pas demander plus de 12 000 euros d'investissement par campagne simultanée, au besoin un roulement ou un étalement pourra être défini entre l'AMF et le Titulaire.

L'AMF, en sus, rembourse les frais liés à la gestion du compte et aux placements souscrits facturés par la banque (ouverture, clôture...) sur justificatifs.

Au titre de chaque campagne de visites mystère réalisées auprès de sites internet, le Titulaire doit assurer la réalisation de trois chantiers, décrits ci-dessous.

### 5.2.3. Chantier n° 1 – Préparation des visites mystère en ligne

Au titre du chantier n° 1, le Titulaire s'engage à :

1. Analyser les scénarii d'entretiens et les grilles d'analyse et de restitution qui lui sont fournis par l'AMF et proposer des améliorations ;
2. Proposer le planning de réalisation ;
3. Mobiliser, recruter et former les visiteurs mystère pour qu'ils soient en mesure de respecter et de mettre en scène le script final qui est arrêté entre le Titulaire et l'AMF. Afin d'éviter un biais de professionnalisation des visiteurs mystère, il est préférable que ceux-ci soient renouvelés entre les différentes campagnes. Cette exigence sera toutefois appréciée par l'AMF, en concertation avec le Titulaire.
4. Organiser une séance de briefing des visiteurs mystère avant réalisation de chaque vague, avec un représentant de l'AMF. Cette réunion peut se tenir selon les modalités suivantes :
  - ☐ Réunion physique ;
  - ☐ Visioconférence.

Le Titulaire doit donc livrer à l'AMF :

- ☐ Le planning détaillé de la campagne ;
- ☐ Le scénario final sous la forme d'un script détaillé et la grille de restitution permettant d'identifier les points abordés et ceux qui ne l'ont pas été ;
- ☐ Un rapport présentant les modalités pratiques des visites mystère (sites, dates, nombres de visiteurs mystère affectés) ;
- ☐ Une indication des profils, du nombre et de la localisation des visiteurs mystère recrutés ou affectés aux visites par le Titulaire de l'accord-cadre ;
- ☐ Un descriptif précis de la formation des visiteurs mystère et des instructions qui leur seront données afin qu'ils soient en mesure de respecter et de mettre en scène le script final.

### 5.2.4. Chantier n° 2 – Réalisation des visites mystère en ligne

Au titre du chantier n° 2, le Titulaire s'engage à :

1. Mettre en œuvre l'organisation pratique des visites mystère ;
2. Assurer le respect du planning de réalisation convenu dans le cadre du chantier n° 1 ;
3. Contrôler au fur et à mesure la qualité des retours d'enquête des visiteurs mystère :
  - ☐ Respect du scénario et de ses contraintes ;
  - ☐ Grilles de restitution correctement complétées ;
  - ☐ Réalisation de copies d'écran des échanges et de toute l'information factuelle délivrée tout au long du parcours client, à chaque étape, pour permettre à l'AMF d'analyser les informations recueillies ;
  - ☐ Obtention des documents pertinents, de façon régulière : captures d'écran du parcours, documents commerciaux (ex : dépliant, brochure commerciale) ou réglementaires (ex : DIC, rapport d'adéquation – si situation de conseil -), bulletins de souscription, conditions générales de vente, grille tarifaire, lettre de mission... ;
  - ☐ Transmission des différents mails et documents reçus ;
  - ☐ Retranscription exhaustive des éventuelles propositions commerciales formulées par le site ou par le conseiller (nom et caractéristiques des produits) ;
  - ☐ Richesse et qualité des verbatims recueillis.
4. Réaliser les points et rapports d'étape auprès de l'AMF et s'engager à signaler toute difficulté rencontrée, afin, le cas échéant, d'envisager une adaptation dans le déroulement des visites mystère. Le nombre et leur cadence sont précisés par l'AMF au Titulaire (par mail ou courrier,).

### 5.2.5. Chantier n° 3 – Analyse et rédaction du rapport final

Au titre du chantier n° 3, le Titulaire analyse les résultats des visites mystère et présente dans un rapport final les conclusions à tirer de chaque vague de visites mystère. Ce rapport final comprend :

- ☐ Synthèse et analyse globale (tous prestataires confondus) sous format PowerPoint (comprenant des analyses rédigées, des tableaux et graphiques, et la mise en avant des points saillants, et représentant un produit « fini » pour les présentations de l'AMF...);
- ☐ Synthèse et analyse par prestataire sous format PowerPoint (comprenant des analyses rédigées, des tableaux et graphiques, et la mise en avant des points saillants, et représentant un produit « fini » pour les présentations de l'AMF...);
- ☐ Des annexes qui comportent :
  - L'ensemble des grilles de restitution par prestataire et pour l'ensemble des sites sous format Excel ;
  - Les copies d'écran du parcours réalisé sur chacun des sites et les différents mails / messages reçus ;
  - La compilation des données des grilles de restitution au global sous format Excel ;
  - L'ensemble des communications mail (ou électronique au sens large) entre l'établissement et le visiteur mystère.

L'analyse porte sur les différents points suivants (liste non limitative) :

- ☐ L'observation des modes opératoires de commercialisation et de l'articulation des différents médias utilisés ;
- ☐ L'observation de la démarche commerciale et des argumentaires ;
- ☐ L'identification précise des produits/services proposés ;
- ☐ L'identification précise de la société ou des sociétés qui les proposent ;
- ☐ Les modalités d'ouverture de compte et de souscription sur internet le cas échéant ;
- ☐ Le questionnement réalisé auprès du prospect ;
- ☐ Le respect des contraintes réglementaires et du processus MIF
- ☐ La remise des documents commerciaux et réglementaires ;
- ☐ La qualité et l'intelligibilité de l'information donnée sur les produits, en particulier sur les frais et les risques liés aux produits, ainsi que l'équilibre avantages / inconvénients ;
- ☐ L'observation des thématiques ciblées dans le scénario par l'AMF ;
- ☐ L'adéquation des propositions commerciales et la formalisation du service d'investissement ;
- ☐ Le recueil de la perception des visiteurs mystère ;
- ☐ La réalisation du passage d'ordre ou de placement de sommes d'argent, ainsi que la récupération des fonds par le client ;
- ☐ La comparaison des différents résultats avec des vagues précédentes, quand un scénario équivalent aura déjà fait l'objet de visites, etc.

Pour ce dernier point, l'AMF met à disposition du Titulaire les résultats de visites mystère effectuées avec les Titulaires précédents.

En outre, des éléments concernant la digitalisation du parcours pourraient être observés :

- ☐ L'ergonomie, la fluidité du parcours digital et la qualité de l'expérience utilisateur tels que les modalités d'identification ou encore d'authentification (reconnaissance faciale/biométrique, double authentification, scan de DNI...);
- ☐ La cartographie du parcours digital (canaux disponibles, reprise de parcours) ;
- ☐ L'efficacité des outils digitaux d'assistance (chatbot, FAQ dynamique, etc.) dans l'accompagnement de l'utilisateur ;
- ☐ Le parcours de souscription (formulaires intelligents, modalité de téléversement des justificatifs, signature électronique) ;
- ☐ L'intégration omnicanale du parcours, combinant les canaux digitaux et physiques.

En fonction du scénario retenu et des produits souscrits, l'objet peut être d'observer l'ensemble de ces points ou plus particulièrement certains points.

Le rapport final présente enfin les éventuelles évolutions permettant d'améliorer les prochaines campagnes de visites mystère.

La fiabilité des chiffres, la qualité et la précision de l'analyse constituent un élément déterminant de l'appréciation de l'AMF quant à la pertinence des conclusions à tirer des visites mystère.

- ☐ Les livrables transmis à l'AMF doivent avoir fait l'objet d'un contrôle de cohérence. A titre d'exemple, les chiffres du livrable 1 doivent, s'ils traitent des mêmes données, coïncider avec les chiffres du livrable 2.
- ☐ Le titulaire doit pouvoir prouver et justifier l'analyse et les résultats obtenus.
- ☐ Les termes utilisés doivent faire référence à un vocabulaire connu et pratiqué dans le cadre des visites mystère. La précision du vocabulaire est un élément important pour l'AMF.
- ☐ Les analyses doivent être produites avec rigueur et doivent être exploitables en l'état par l'AMF.

## 6. MODALITES D'EXECUTION DES PRESTATIONS

### 6.1. LIEU D'EXECUTION DES PRESTATIONS

#### 6.1.1. Lieu d'exécution des prestations du lot n° 1

Les visites se déroulent au sein de réseaux bancaires ou lieux de vente de produits financiers ou équivalents dont les établissements se trouvent sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Les réunions de restitution peuvent se dérouler dans les locaux de l'AMF, sis au 17, Place de la Bourse à Paris (75002) ou en visioconférence.

#### 6.1.2. Lieu d'exécution des prestations du lot n° 2

Les visites mystère en ligne peuvent s'effectuer chez le prestataire ou chez le visiteur mystère selon les équipements nécessaires et disponibles.

Les réunions de restitution peuvent se dérouler dans les locaux de l'AMF, sis au 17, Place de la Bourse à Paris (75002) ou en visio-conférence.

### 6.2. MODALITES DE COMMANDE DES PRESTATIONS

Le bon de commande précise obligatoirement :

- ☐ Le numéro de l'accord-cadre (2025\_016) et du bon de commande ;
- ☐ L'objet détaillé de la (des) prestation(s) ;
- ☐ Le prix Hors Taxes (HT) et Toutes Taxes Comprises (TTC) de la/des prestations en euros, objet de la commande ;
- ☐ Le délai d'exécution de la prestation ;
- ☐ Le cas échéant, toute précision utile à l'exécution de la commande ;
- ☐ Le nom et les coordonnées du représentant de l'AMF responsable du suivi de l'exécution de la commande.



### 6.3. REUNIONS PREPARATOIRES AU LANCEMENT DES CAMPAGNES

Une réunion préparatoire se tient entre l'AMF et le Titulaire, avant le démarrage effectif de chaque vague de visites mystère.

Au cours de cette réunion, le Titulaire et l'AMF arrêtent un calendrier de réalisation des prestations.

### 6.4. PLANNING INDICATIF DE REALISATION D'UNE CAMPAGNE DE VISITES MYSTERE

Dès réception du bon de commande, les résultats sont attendus sous 5 à 7 mois selon le type, le nombre de visites à réaliser et la complexité de la campagne. Le calendrier propre à chaque campagne peut être précisé et ajusté dans chaque bon de commande.

A titre d'exemple, voici un planning indicatif pour le lot n° 1 :

- ☐ T0 : Réception du bon de commande par le Titulaire ;
- ☐ T1 : Réunion préparatoire au lancement de la vague de visites et fourniture des propositions de scénario d'entretien et de grille de restitution par l'AMF ;
- ☐ T2 = T1 + 4 à 6 semaines : Finalisation du scénario et de la méthodologie de réalisation (versions définitives arrêtées par l'AMF, le cas échéant après échanges avec le Titulaire) ;
- ☐ T3 = T2 + 2 à 3 semaines selon le type de visites : recrutement des visiteurs mystère et formation ;
- ☐ T4 = T3 + 10 à 12 semaines : Terrain et validation des enquêtes ;
- ☐ T5 = T4 + 3 semaines : Analyse des résultats par le Titulaire pour présentation des résultats ;
- ☐ T6 = T1 + 30 à 34 semaines : Remise du rapport final et des rapports enseignes.

Dans tous les cas, le Titulaire s'engage à respecter le déroulement précis des étapes et le planning tel qu'il est convenu avec l'AMF.

### 6.5. COMPETENCES ET CHANGEMENTS DES INTERVENANTS

Les intervenants mettant en œuvre le script doivent avoir été formés préalablement par le Titulaire.

Les intervenants choisis par le Titulaire doivent correspondre au profil décrit au script.

Dans l'hypothèse où un intervenant ne donnerait pas entière satisfaction, l'AMF se réserve le droit de demander son remplacement, le cas échéant, au cours de la réalisation d'une vague d'enquêtes, le Titulaire devant alors proposer un nouvel intervenant qu'il aura préalablement formé.

Les visites « repérées », c'est-à-dire celles pour lesquelles le visiteur mystère a été démasqué, ou celles n'ayant pas respecté le scénario doivent être rapidement reconduites, sans occasionner de frais supplémentaires pour l'AMF.

## 7. OBLIGATIONS DES PARTIES

### 7.1. OBLIGATIONS DU TITULAIRE

Au titre du présent accord-cadre, le Titulaire s'engage expressément sur une obligation de résultat.

En particulier, l'AMF attend de la part du Titulaire :

- ☐ Le strict respect du planning de chaque vague de visite, tel que prévu avec l'AMF ;
- ☐ La réalisation d'une prestation de qualité, effectuée de façon rigoureuse ;
- ☐ Une grande réactivité, notamment dans ses échanges avec l'AMF.

## 7.2. OBLIGATIONS DE L'AMF

L'AMF s'engage à :

- ☐ Mettre à la disposition du Titulaire l'ensemble des documents nécessaires à la bonne exécution de l'accord-cadre.
- ☐ Tenir informé le Titulaire de toute information de nature à impacter la bonne exécution de ses prestations.
- ☐ Communiquer au Titulaire dès la notification du présent marché, une liste des interlocuteurs AMF.

## 8. SOUS-TRAITANCE

### 8.1. DISPOSITIONS GENERALES

Le Titulaire du présent marché peut, dans les conditions prévues par les articles L. 2193-1 à L. 2193-3 et R. 2193-1 à R. 2193-22 du Code de la commande publique, sous-traiter l'exécution de certaines parties de son marché à condition d'avoir obtenu de l'AMF l'acceptation de chaque sous-traitant et l'agrément de ses conditions de paiement.

La sous-traitance totale du marché est interdite. De même, le Titulaire ne peut pas sous-traiter la partie fourniture du présent marché. Chaque sous-traitant est soumis aux obligations et garanties listées au présent document.

### 8.2. ACCEPTATION DES SOUS-TRAITANTS ET AGREMENT DES CONDITIONS DE PAIEMENT

L'acceptation de chaque sous-traitant et l'agrément de ses conditions de paiement sont requis :

1° Dans le cas où la demande de sous-traitance intervient au moment du dépôt de l'offre ou de la proposition, le candidat fournit à l'AMF une déclaration mentionnant :

- La nature des prestations sous-traitées ;
- Le nom, la raison ou la dénomination sociale et l'adresse du sous-traitant proposé ;
- Le montant maximum des sommes à verser au sous-traitant ;
- Les conditions de paiement prévues par le projet de contrat de sous-traitance et, le cas échéant, les modalités de variation des prix ;
- Le cas échéant, les capacités du sous-traitant sur lesquelles le candidat s'appuie, et notamment le sous-traitant justifie avoir contracté une assurance garantissant sa responsabilité à l'égard des tiers ;
- Une déclaration du sous-traitant indiquant qu'il ne tombe pas sous le coup d'une interdiction de soumissionner.
- Lorsque le montant de la sous-traitance apparaît anormalement bas, l'AMF met en œuvre les dispositions de l'article R. 2193-9 du Code de la commande publique. La notification du marché emporte acceptation du sous-traitant et agrément des conditions de paiement.

2° Dans le cas où la demande est présentée après le dépôt de l'offre, le Titulaire remet contre récépissé à l'AMF ou lui adresse par lettre recommandée, avec demande d'avis de réception, une déclaration contenant les renseignements mentionnés au 1°.

Le Titulaire établit en outre qu'aucune cession ni aucun nantissement de créances résultant du marché public ne font obstacle au paiement direct du sous-traitant.

L'acceptation du sous-traitant et l'agrément des conditions de paiement sont constatés par un acte spécial signé des deux parties, dénommé « formulaire DC4 de déclaration de sous-traitance » téléchargeable sur le

site du Ministère de l'Economie et des Finances. Figurent dans l'acte spécial les renseignements ci-dessus mentionnés au 1°.

A réception de la demande de sous-traitance, l'AMF dispose d'un délai de vingt et un jours ouvrés pour accepter ou non le sous-traitant et ses conditions de paiement. L'AMF peut librement donner son accord ou le refuser pour toute opération de sous-traitance.

### 8.3. PAIEMENT DIRECT DU SOUS-TRAITANT

En application de l'article R. 2193-10 du Code de la commande publique, lorsque le montant du contrat de sous-traitance est égal ou supérieur à 600 euros TTC, le sous-traitant, qui a été accepté et dont les conditions de paiement ont été agréées par l'AMF, est payé directement, pour la partie du marché public dont il assure l'exécution. Toute clause de renoncement au paiement direct est réputée non écrite.

Si le Titulaire qui a perçu l'avance sous-traite une part du marché postérieurement à sa notification, il rembourse l'avance correspondant au montant des prestations sous-traitées et donnant lieu à paiement direct, même dans le cas où le sous-traitant ne souhaite pas bénéficier de l'avance.

Le remboursement par le Titulaire s'impute sur les sommes qui lui sont dues par l'acheteur dès la notification de l'acte spécial.

### 8.4. MODALITES DE FACTURATION DU SOUS-TRAITANT

Le sous-traitant admis au paiement direct adresse sa demande de paiement au Titulaire du marché, sous pli recommandé avec accusé de réception, ou la dépose auprès du Titulaire contre récépissé. Le Titulaire dispose d'un délai de quinze jours à compter de la signature de l'accusé de réception ou du récépissé pour donner son accord ou notifier un refus, d'une part, au sous-traitant et, d'autre part, à l'AMF.

Le sous-traitant adresse également sa demande de paiement à l'AMF, accompagnée des copies des factures adressées au Titulaire et de l'accusé de réception ou du récépissé attestant que le Titulaire a bien reçu la demande ou de l'avis postal attestant que le pli a été refusé ou n'a pas été réclamé. L'AMF adresse sans délai au Titulaire une copie des factures produites par le sous-traitant. L'AMF informe le Titulaire des paiements qu'il effectue au sous-traitant.

### 8.5. OBLIGATIONS DU TITULAIRE

Le Titulaire reste personnellement responsable de la bonne exécution des prestations sous-traitées et il demeure le seul interlocuteur de l'AMF. Il assume donc entièrement seul pendant la durée du marché public, devant l'AMF comme devant tous tiers, l'entière responsabilité liée aux prestations pour lesquelles il est engagé.

Dans l'hypothèse où la sous-traitance est agréée par l'AMF, le Titulaire doit :

- s'assurer que son sous-traitant est notamment apte à exécuter les prestations que le Titulaire lui confie avec le niveau de qualité requis et à respecter les règles de sécurité propres à l'AMF et aux prestations concernées ;
- s'engager à répercuter sur son sous-traitant, au titre de son contrat de sous-traitance, l'ensemble des obligations contractuelles définies au marché, en particulier celles propres aux prestations qu'il exécutera.

## 9. CONTROLE DES PRESTATIONS

Les opérations de contrôle ont pour but de constater la correspondance entre les prestations fournies et les spécifications de l'accord-cadre. Les représentants de l'AMF procèdent aux opérations de vérifications qu'ils estiment nécessaires.

Le Titulaire doit fournir à l'AMF, dès la notification du marché, tous les éléments lui offrant une perception claire et complète du déroulement des prestations et un contrôle méthodique des étapes contractuelles.

Pendant la durée du marché, l'AMF se réserve le droit de contrôler à tout moment l'exécution des prestations par le Titulaire.

Il est fait application de l'article 26 du CCAG-PI.

## 10. MODALITES DE RECEPTION DES OPERATIONS, AJOURNEMENT, REFACTION, REJET

Les prestations sont réceptionnées dans les conditions de l'article 29 du CCAG-PI.

## 11. PRIX DE L'ACCORD-CADRE ET MODALITES DE REVISIONS DES PRIX

### 11.1. PRIX DE L'ACCORD-CADRE

Les prix sont fixés en euros (€) dans le bordereau de prix de l'accord-cadre.

Ces prix sont établis hors taxes et réputés comprendre toutes sujétions nécessaires à l'exécution des services et toutes les charges fiscales, parafiscales et autres frappant obligatoirement les prestations (frais d'acquisition des données, recherches documentaire, frais de secrétariat et de correspondance, etc.).

La préparation des visites, la réalisation des visites, l'analyse et la rédaction des rapports, ainsi que l'ensemble des moyens humains et matériels nécessaires à la réalisation sont incluses dans le prix des visites chiffré au BPU.

### 11.2. MODALITES DE REVISION DES PRIX

Les prix de l'accord-cadre sont fermes et révisables annuellement à compter de la date anniversaire de l'accord-cadre, au moyen de la formule suivante :

**$P = P_0 \times 0.15 + 0.85 (S_1/S_0)$** , où :

- ☐ P = prix révisé hors taxes
- ☐ P<sub>0</sub> = prix initial hors taxes
- ☐ S<sub>0</sub> = dernière valeur de l'indice SYNTEC connue à la date de notification du présent accord-cadre ;
- ☐ S<sub>1</sub> = dernière valeur de l'indice SYNTEC connue à la date de révision.

La date de révision de prix est fixée au lendemain de la date anniversaire de l'accord-cadre.

Le Titulaire de l'accord-cadre dispose d'un délai de dix jours à compter de la date de révision pour faire parvenir au pouvoir adjudicateur une demande de révision de prix.

La formule de révision de prix est applicable à toutes les prestations commandées à partir de cette date. La révision de prix ne donne pas lieu à la conclusion d'un avenant.

## 12. MODALITES DE FACTURATION

A défaut d'indication contraire dans les bons de commande, l'échéancier de facturation suivant trouve à s'appliquer pour chaque lot.

### 12.1. MODALITES DE FACTURATION

Par dérogation à l'article 11 du CCAG PI, chaque vague sera réglée selon l'échéancier suivant :

- ☐ Une avance de 20% du prix à la commande ;
- ☐ Le solde, déduction faite de l'avance, après validation par l'AMF du rapport final d'enquête tel que décrit à l'article 5.1.5, sur présentation de la facture correspondante.

### 12.2. TRANSMISSION ELECTRONIQUE DES FACTURES

Le Titulaire s'engage à transmettre ses factures émises au titre du présent accord-cadre de manière dématérialisée en les déposants sur le portail Chorus Pro à l'adresse suivante :

<https://chorus-pro.gouv.fr>

La documentation utile, ainsi que le guide utilisateur, sont disponibles à l'adresse suivante :

<https://communaute.chorus-pro.gouv.fr/>

### 12.3. MENTIONS OBLIGATOIRES DES FACTURES DEMATERIALISEES

Pour pouvoir être acceptées par l'AMF, les factures doivent impérativement comprendre les mentions suivantes :

1. La date d'émission de la facture ;
2. La désignation de l'émetteur (SIRET ou numéro de TVA intracommunautaire, RIDET, numéro TAHITI, etc.) ;
3. La désignation de l'AMF en tant que destinataire de la facture (SIRET n°110 000 239 00019) ;
4. Le numéro unique basé sur une séquence chronologique et continue établie par l'émetteur de la facture, la numérotation pouvant être établie dans ces conditions sur une ou plusieurs séries ;
5. La date de livraison des fournitures ou d'exécution des services ou des travaux ;
6. La quantité et la dénomination précise des produits livrés, des prestations et travaux réalisés ;
7. Le prix unitaire hors taxes des produits livrés, des prestations et travaux réalisés ou, lorsqu'il y a lieu, leur prix forfaitaire ;
8. Le montant total hors taxes et le montant de la taxe à payer, ainsi que la répartition de ces montants par taux de taxe sur la valeur ajoutée, ou, le cas échéant, le bénéfice d'une exonération ;
9. Le cas échéant, les modalités particulières de règlement ;
10. Le cas échéant, les renseignements relatifs aux déductions ou versements complémentaires ;
11. Le numéro du bon de commande en cas de contrat exécuté au moyen de bons de commande ;
12. Le numéro de l'engagement généré par le système d'information financière et comptable de l'AMF.

Il est entendu que ces mentions obligatoires ne se substituent pas aux mentions obligatoires fixées par le Code de commerce et le Code général des impôts conditionnant la validité de la facture.

#### 12.4. CAS DE LA SOUS-TRAITANCE

Les sous-traitants admis au paiement direct doivent adresser leur facture ou demande de paiement via le portail Chorus Pro, un accord du Titulaire étant nécessaire pour valider cette demande.

Chorus Pro sollicite le Titulaire par courriel pour validation de la facture dématérialisée transmise par le sous-traitant. Le Titulaire valide ou refuse la demande de paiement en se connectant sur Chorus Pro. Il est précisé que conformément à la réglementation, sans validation du Titulaire sous un délai de 15 jours, la demande de paiement est considérée comme validée et est transmise à l'AMF.

La demande de paiement, validée ou refusée, est alors transmise à l'AMF par le portail.

#### 13. DELAIS DE PAIEMENT ET INTERETS MORATOIRES

Le paiement correspondant aux prestations s'effectue dans un délai de 30 jours à compter de la réception des factures correspondantes.

Le délai de paiement peut être suspendu une fois par le pouvoir adjudicateur, s'il constate que la demande de paiement ne comporte pas l'ensemble des pièces et des mentions prévues par la loi ou par le contrat ou que celles-ci sont erronées ou incohérentes. Cette suspension peut intervenir avant l'ordonnancement de la dépense.

La suspension du délai de paiement fait l'objet d'une notification au Titulaire par tout moyen permettant d'attester une date certaine de réception. Cette notification précise les raisons imputables au Titulaire qui s'opposent au paiement, ainsi que les pièces à fournir ou à compléter.

A compter de la réception de la totalité de ces éléments, un nouveau délai de paiement est ouvert. Il est de trente jours ou égal au solde restant à courir à la date de réception de la notification de la suspension si ce solde est supérieur à trente jours.

Lorsque les sommes dues en principal ne sont pas mises en paiement à l'expiration du délai de paiement, le Titulaire a droit, sans qu'il ait à les demander, au versement des intérêts moratoires et de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement.

Le taux des intérêts moratoires est égal au taux d'intérêt appliqué par la Banque centrale européenne à ses opérations principales de refinancement les plus récentes, en vigueur au premier jour du semestre de l'année civile au cours duquel les intérêts moratoires ont commencé à courir, majoré de huit points de pourcentage.

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.

En cas de désaccord sur le montant du solde, le paiement est effectué dans les délais fixés au présent accord-cadre sur la base provisoire des sommes admises par le pouvoir adjudicateur. 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.

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

## 14. DISPOSITIONS RELATIVES AUX INTERVENANTS SUR SITE

Le personnel du Titulaire intervenant au titre du présent accord-cadre dans les locaux de l'AMF se conforme aux horaires de travail en vigueur et au règlement intérieur.

Le personnel du Titulaire affecté à la réalisation des prestations du marché reste sous l'autorité hiérarchique et disciplinaire de son employeur, le Titulaire, qui assure l'autorité technique, la gestion administrative, comptable et sociale de son personnel.

Le Titulaire s'engage formellement à communiquer et à faire respecter par chacun de ses salariés intervenant dans les locaux de l'AMF, les prescriptions suivantes :

- ☐ ils ne sont pas salariés de l'AMF et demeurent pendant toute la durée de leur mission sous la seule subordination et responsabilité de leur employeur ;
- ☐ ils doivent se référer à leur employeur, ou à la personne responsable de la mission désignée par leur employeur, dans l'exécution de leur travail ;
- ☐ ils doivent se conformer aux dispositions relatives aux conditions d'entrée et de sortie dans les locaux, ainsi que d'hygiène et sécurité applicables à l'AMF ;
- ☐ ils doivent rester dans les locaux qui leur sont affectés pour l'exécution de leur mission, et doivent porter en permanence le badge d'intervenant extérieur qui leur a été remis.

## 15. NON SOLLICITATION DU PERSONNEL DU TITULAIRE

Chaque partie s'engage à ne solliciter aucun des membres du personnel de l'autre partie, et ce pendant toute la durée d'exécution du présent accord-cadre.

## 16. CONFIDENTIALITE ET PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

### 16.1. CONFIDENTIALITE

Le Titulaire s'engage vis-à-vis de l'AMF à maintenir secrets, ou confidentiels, tous renseignements, documents ou produits quelconques reçus à l'occasion de l'exécution du présent accord-cadre. Ainsi le Titulaire ne doit ni communiquer, ni divulguer, ni publier, ni faire état, de quelque manière que ce soit, de tels renseignements, documents ou produits.

Il s'engage à étendre cette obligation de confidentialité à l'ensemble des personnes qui interviennent pour son compte ou suite à sa demande dans la réalisation des prestations objet du présent accord-cadre, y compris de ses sous-traitants.

Le Titulaire se porte garant du respect de cette obligation pour son personnel et les sous-traitants qui seraient amenés à intervenir dans le cadre du marché. Cette obligation de confidentialité est effective pendant toute la durée de l'accord-cadre.

Le Titulaire s'engage à fournir un service présentant toutes les conditions et mesures de sécurité et ce afin de garantir la confidentialité, la sécurité, l'intégrité et la conservation des données. Le Titulaire s'engage à ne permettre l'accès à ces données qu'aux membres de son personnel qui ont qualité pour en connaître au titre de l'accord-cadre et informer son personnel de la réglementation en vigueur.

L'AMF s'engage à ne pas divulguer des informations identifiées explicitement comme étant confidentielles dont elle aurait connaissance dans le cadre de l'exécution du présent accord-cadre et s'interdit de les communiquer aux personnes autres que celles qui sont affectées à l'exécution du présent accord-cadre.

Les obligations imposées aux Parties par le présent article ne s'appliquent toutefois pas aux informations :

- ☐ Dont la Partie réceptrice peut prouver qu'elles étaient connues d'elle antérieurement à la date de leur communication.
- ☐ Qui étaient dans le domaine public à la date de leur communication.
- ☐ Qui, après communication, deviendraient accessibles au public par publication ou tout autre moyen, sauf si ce fait résulte d'une faute ou d'une négligence de la part de la Partie réceptrice.

#### 16.2. EXIGENCES LIEES AU RESPECT DES REGLES RELATIVES AU TRAITEMENT DE DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

Le périmètre du présent accord-cadre inclut des applications susceptibles de traiter des données à caractère personnel dont le traitement est encadré par la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 dite loi « Informatique et Libertés ».

Conformément à l'article 35 de la loi précitée, le Titulaire ne traite lesdites données à caractère personnel que pour le compte de l'AMF : il agit sur les seules instructions documentées de l'AMF et s'interdit tout traitement de ces données à caractère personnel pour des finalités qui lui sont propres.

Le Titulaire est tenu d'apporter les garanties suffisantes pour assurer la mise en œuvre des mesures techniques et organisationnelles adaptées à la nature des données et des risques présentés par le traitement, afin de préserver la sécurité et la confidentialité des données et de garantir la protection des droits des personnes concernées.

Le Titulaire s'engage notamment à respecter les obligations suivantes :

- ☐ Ne faire aucune copie des documents et supports susceptibles de contenir des données à caractère personnel qui lui sont confiées, autrement que dans le strict cadre de l'exécution de l'accord-cadre ;
- ☐ Ne pas utiliser et exploiter les documents et supports susceptibles de contenir des données à caractère personnel à des fins autres que celles spécifiées par le présent accord-cadre, notamment commerciales ;
- ☐ Ne pas communiquer ou rendre accessible, de quelque façon que ce soit, les données à aucun tiers, qu'il s'agisse de personnes privées ou publiques, physiques ou morales, sauf dans le strict cadre de l'exécution de l'accord-cadre ;
- ☐ Prendre toute mesure permettant d'éviter toute violation de données à caractère personnel, et notamment tout accès par un tiers non autorisé, toute destruction, perte, altération, divulgation non autorisée, ou toute utilisation détournée ou frauduleuse des données à caractère personnel durant l'exécution du présent accord-cadre ;
- ☐ Mettre en œuvre tout dispositif visant à garantir une protection du système qu'il déploie dans le cadre du présent accord-cadre et des données qui y sont traitées, contre des intrusions extérieures ;
- ☐ Informer l'AMF de toute violation de données à caractère personnel, dans les meilleurs délais, et au maximum, dans un délai de quarante-huit (48) heures à compter de sa découverte par le Titulaire.
- ☐ Le Titulaire s'engage à effacer les données dès qu'elles ne sont plus nécessaires à la réalisation de ses obligations au titre de l'accord-cadre. En tout état de cause il effacera ces données et toutes les copies de ces données dès la cessation de l'accord-cadre et le cas échéant une fois la réversibilité ou transférabilité effectuée.
- ☐ Il devra être en mesure de fournir à l'AMF la liste des personnes habilitées à accéder à des données à caractère personnel au sein de son entreprise, et le cas échéant celle de ses sous-traitants. L'AMF pourra demander à ces dernières de signer pendant l'exécution de l'accord-cadre un engagement de confidentialité.



- Il communiquera le cas échéant à l'AMF le nom et les coordonnées de son délégué à la protection des données ou, à défaut, les coordonnées de la personne qui en a la charge ;
- Il prendra en compte, s'agissant de ses outils, produits, applications ou services, les principes de protection des données à caractère personnel dès la conception et de protection de ces données par défaut ;
- Il collaborera étroitement avec l'AMF, notamment en lui fournissant toute information ou document utile, lui permettant de réaliser les analyses d'impact requises relatives à la protection des données à caractère personnel et, le cas échéant, la consultation préalable de la CNIL ;
- En cas de souhait de transfert de données à caractère personnel dans un pays tiers ou à une organisation internationale, il sollicitera l'accord préalable de l'AMF dans un délai suffisamment raisonnable pour obtenir le consentement des personnes concernées.

Le Titulaire s'engage à faire respecter ces obligations par son personnel et par ses sous-traitants au titre du présent accord-cadre, à sensibiliser ces derniers à ces obligations et à en contrôler régulièrement la bonne application.

Le Titulaire doit également apporter son concours à l'AMF pour lui permettre de respecter toute obligation au regard de la loi Informatique et Libertés, notamment pour permettre à l'AMF de répondre en temps utile aux demandes des personnes concernées exerçant leurs droits au titre de la loi Informatique et Libertés, ainsi que d'effectuer toute formalité ou analyse d'impact relative à la protection des données.

En cas de violation de ces dispositions par le Titulaire, l'accord-cadre peut être résilié aux torts et aux frais de ce dernier par l'AMF, conformément à la clause de résiliation applicable au présent accord-cadre sans préjudice des poursuites pénales éventuelles.

L'AMF se réserve le droit de procéder à toute vérification qui lui paraîtrait utile pour constater le respect de ses obligations par le Titulaire au titre du présent article. Dans ce cadre, le Titulaire met à la disposition de l'AMF toutes les informations nécessaires pour démontrer le respect des obligations prévues par les présentes et pour permettre la réalisation de ces vérifications.

Le Titulaire doit respecter le cadre juridique relatif au traitement de données à caractère personnel pendant toute la durée de l'accord-cadre. Le cadre juridique applicable est susceptible d'évoluer au cours de l'exécution de l'accord-cadre. Par conséquent, ces évolutions devront être prises en compte par le Titulaire.

## 17. PROPRIETE INTELLECTUELLE

Il est fait application du chapitre 6 du CCAG-PI, à l'exception de l'article 35.2 du CCAG-PI (cession des droits à titre exclusif).

- **Les résultats** désignent tous les éléments qui résultent de l'exécution des prestations objet de l'accord-cadre, (notamment : les informations, les rapports, les études, les livrables documentaires).
- **Les connaissances antérieures** désignent tous les éléments qui ne résultent pas du marché, qui ont été réalisés dans un cadre extérieur ou indépendant du présent marché.
- Les connaissances antérieures **standards** désignent les connaissances antérieures conçues pour être fournies à plusieurs clients en vue de l'exécution d'une même fonction, tels que les logiciels standards et les autres contenus proposés sous licence standard.

Les résultats du présent marché font l'objet d'une **cession à titre exclusif** par le Titulaire à l'AMF.

L'AMF peut rétrocéder ou concéder à titre non exclusif certains droits d'exploitation au bénéfice du Titulaire. Le cas échéant, un accord préalable et exprès viendra définir les modalités de cette autorisation.

Les droits sont cédés pour la durée des droits d’auteur, pour le territoire national et pour les modes d’exploitation suivants :

- ☐ Le droit de reproduction sur tout support présent ou futur ;
- ☐ Le droit d’adaptation, d’arrangement ;
- ☐ Le droit de mise sur le marché ;
- ☐ Le droit de corriger les erreurs.

Le Titulaire reste seul responsable à l’égard de ses salariés et des tiers intervenants pour son compte. La cession des droits couvre les résultats à compter de leur livraison sous condition résolutoire de la réception des prestations.

Ces droits comprennent, dans le respect des droits moraux, l’ensemble des droits patrimoniaux de reproduction et de représentation et notamment d’adaptation, d’arrangement, de correction, de traduction, d’incorporation afférents aux résultats ainsi que le droit de distribuer les résultats à des fins commerciales pour les modes d’exploitation prévus dans le présent accord-cadre.

Le droit de reproduction comporte, si nécessaire, le droit de reproduire les résultats, sans limitation de nombre, en tout ou partie, en l’état ou modifiés, par tous procédés et sur tout support y compris pour les supports non prévisibles ou inconnus à la date de signature de l’accord-cadre, sous réserve d’une rémunération à convenir pour les modes d’exploitation futurs, non connus au jour de la signature de l’accord-cadre.

Le droit de représentation et de distribution comporte si nécessaire le droit de communication au public et de mise à disposition du public des résultats, en tout ou partie, en l’état ou modifiés, par tous moyens, modes et procédés y compris non prévisibles ou inconnus à la date de signature de l’accord-cadre, en vue d’une exploitation notamment à titre commercial.

De manière générale, le Titulaire ne peut opposer ses droits ou titres de propriété intellectuelle ou ses droits de toute autre nature pour l’exploitation des résultats.

En cas de cessation de l’accord-cadre pour quelque cause que ce soit, le pouvoir adjudicateur demeure cessionnaire de l’ensemble des droits d’exploitation afférents aux résultats.

## 18. RESPONSABILITE ET ASSURANCE

### 18.1. RESPONSABILITE

Les dommages de toute nature causés au personnel ou aux biens du pouvoir adjudicateur par le Titulaire, du fait de l’exécution de l’accord-cadre, sont à la charge du Titulaire.

Les dommages de toute nature causés au personnel ou aux biens du Titulaire par le pouvoir adjudicateur, du fait de l’exécution de l’accord-cadre, sont à la charge du pouvoir adjudicateur.

Tant que les fournitures restent la propriété du Titulaire, celui-ci est, sauf faute du pouvoir adjudicateur, seul responsable des dommages subis par ces fournitures du fait de toute cause. Cette stipulation ne s’applique pas en cas d’adjonction d’équipements fournis par le pouvoir adjudicateur au matériel du Titulaire et causant des dommages à celui-ci.

Le Titulaire garantit le pouvoir adjudicateur contre les sinistres ayant leur origine dans le matériel qu’il fournit ou dans les agissements de ses préposés et affectant les locaux où ce matériel est exploité, y compris contre le recours des voisins.

### 18.2. ASSURANCE

Le Titulaire doit contracter les assurances permettant de garantir sa responsabilité civile et professionnelle à l'égard du pouvoir adjudicateur et des tiers, victimes d'accidents ou de dommages causés par l'exécution des prestations.

Le Titulaire doit produire, dans un délai de quinze jours à compter de la notification de l'accord-cadre et avant tout début d'exécution de celui-ci, une attestation de son assureur valable à la date de signature des Présentes, précisant les risques et montants garantis, les montants des franchises applicables, et l'identité de l'assureur et de l'assuré.

Chaque année, le Titulaire devra présenter une nouvelle attestation actualisée, et l'adresser à l'AMF (Division Administrative et Financière, Pôle juridique).

À tout moment durant l'exécution de l'accord-cadre, le Titulaire doit être en mesure de produire cette attestation, sur demande du pouvoir adjudicateur et dans un délai de quinze jours à compter de la réception de la demande.

## 19. PENALITES DE RETARD

Par dérogation à l'article 14 du CCAG PI, en cas de retard dans le respect des délais de réalisation des campagnes de visites mystères tel que fixé par le Titulaire dans son offre, ou tel qu'ajusté par l'AMF dans le bon de commande, l'AMF se réserve la possibilité d'appliquer la pénalité ci-après, sans mise en demeure préalable :

- ☐ 500 € nets par jour ouvré de retard dans la remise du rapport final

En tout état de cause, ces pénalités ne pourront excéder 15% du montant forfaitaire de chaque vague de visites mystère.

Le décompte des pénalités est notifié au Titulaire qui est admis à présenter ses observations à l'AMF dans un délai de 8 jours à compter de la notification de ce décompte.

L'application de pénalités de retard ne fait pas obstacle à l'application éventuelle d'une réfaction de prix.

Les pénalités ne sont pas libératoires ; leur application ne dispense par le Titulaire de la bonne réalisation des prestations.

## 20. RESILIATION

Le chapitre 7 du CCAG PI s'applique au présent marché. Le pouvoir adjudicateur peut mettre fin à l'exécution des prestations avant leur achèvement pour les raisons énumérées ci-après. La résiliation de l'accord-cadre prend effet à la date fixée dans la décision de résiliation notifiée au Titulaire ou, à défaut, à la date de sa notification.

Dans les cas prévus au chapitre 7 du CCAG-PI, et sous réserve que la décision de résiliation le prévoit expressément, l'AMF pourra faire procéder par un tiers aux frais et risques du Titulaire à l'exécution des prestations prévues à l'accord-cadre.

## 21. EXECUTION AUX FRAIS ET RISQUES

Dans les conditions de l'article 27 du CCAG-PI, l'AMF peut faire procéder par un tiers à l'exécution de tout ou partie des prestations prévues par le marché, aux frais et risques du Titulaire.

## 22. PROCEDURE EN CAS DE LITIGE

Le pouvoir adjudicateur et le Titulaire s'efforceront de régler à l'amiable tout différend éventuel relatif à l'interprétation des stipulations de l'accord-cadre ou à l'exécution des prestations objet de l'accord-cadre.

Tout différend entre le Titulaire et le pouvoir adjudicateur 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.

Le pouvoir adjudicateur 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.

Tout litige né de l'exécution du présent contrat et à défaut d'accord amiable, relève de la compétence exclusive du Tribunal administratif de Paris sis 7 rue de Jouy 75181 PARIS CEDEX 04.

## 23. LANGUE ET DROIT APPLICABLE

Le présent cahier des charges est régi par la loi française.

Tous les contacts commerciaux, réunions et communications entre le Titulaire et l'AMF se feront exclusivement en langue française.

## 24. PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Les conditions d'exécution des prestations comportent des éléments à caractère environnemental qui prennent en compte les objectifs de développement durable comme suit :

- Le titulaire s'engage à optimiser ses déplacements par secteur géographique.
- Dans le cadre de l'exécution des prestations relevant du présent marché, lors des échanges avec le pouvoir adjudicateur, le titulaire prend en compte le développement durable. A ce titre, le titulaire :
  - S'assure de limiter son empreinte carbone. Le titulaire limite, le cas échéant, l'envoi de fichiers volumineux par mails à plusieurs destinataires, l'envoi non-nécessaire de mails et le stockage de versions obsolètes ou dupliquées.
  - Optimise les documents produits s'ils doivent être amenés à être imprimés. A cet effet, le titulaire privilégie :
    - ✓ La lisibilité équivalente en noir et blanc plutôt qu'en couleur,
    - ✓ La suppression des aplats de couleur inutiles,
    - ✓ L'utilisation de polices de caractère "light" ou écologiques de type *ecofont*,
    - ✓ L'optimisation de la mise en page pour réduire les espaces et donc le nombre de pages
    - ✓ L'impression recto/verso,
    - ✓ La diffusion ciblée des informations,
    - ✓ L'utilisation d'imprimantes partagées au lieu d'imprimantes individuelles,
- Le pouvoir adjudicateur, invite le titulaire à optimiser le poids des documents produits et de privilégier l'usage de serveurs partagés plutôt que l'envoi de plusieurs versions successives par mails,
- Le titulaire s'engage à limiter ses déplacements en voiture ou à utiliser les moyens de transports en commun lorsque ceci est possible,
- Le titulaire s'engage à exercer son activité en tendant vers la sobriété énergétique.

## 25. CLAUSE DE REEXAMEN

Une procédure de réexamen des conditions d'exécution du marché peut être menée en application des articles L. 2194-1, R. 2194-1 et suivants du code de la commande publique. Toute modification des conditions d'exécution acceptée par les parties à l'issue de cette procédure de réexamen fait l'objet d'un avenant. La présente clause ne peut s'appliquer qu'aux cas mentionnés dans le présent article.

Dans tous les cas et conformément aux dispositions de l'article L.2194-1 du Code de la commande publique, les modifications et évolutions apportées ne peuvent changer la nature globale du contrat.

Le montant maximum initialement prévu peut faire l'objet d'un réexamen dans le cas où le montant consommé au titre de l'exécution du présent marché atteint 75% du montant maximum défini à l'article 3 ci-dessus.

## 26. DEROGATIONS AU CCAG-PI

Les dérogations au CCAG, explicitées dans les articles désignés ci-après du CCP, sont apportées aux articles suivants :

CCAG-PI	CCP
Article 4 « Ordre de priorité »	Article 1.4 « Documents contractuels »
Article 11 « Modalités de règlement »	Article 12 « Modalités de facturation »
Article 14 « Pénalités »	Article 18 « Pénalités de retard »
Article 35.2	Article 17