

MARCHE N°2026CYCPU0S16**MISE EN PLACE, OPTIMISATION ET
ACCOMPAGNEMENT DES CAMPAGNES DE
REFERENCEMENT PAYANT POUR CY CERGY PARIS
UNIVERSITE****CAHIER DES CLAUSES PARTICULIERES (CCP)**

Pouvoir Adjudicateur :
CY Cergy Paris Université
33 boulevard du port
95011 Cergy Pontoise Cedex

Représenté par :
Le président,
Monsieur Laurent Gatineau

Comptable assignataire :
L'agent comptable,
Madame Carole Dotti

Table des matières

PRÉAMBULE.....	4
Article 1 - Objet du marché – Dispositions générales	4
1.1 - Objet et étendue des prestations	4
1.2 - Lieux d'exécution	4
1.3 - Durée du marché.....	5
1.4 - Forme du marché	5
1.5 - Allotissement – décomposition de la consultation	6
1.6 - Options (au sens du droit communautaire)	6
1.7 - Sous-traitance	6
1.8 - Assurances.....	6
1.9 - Unité monétaire	7
Article 2 - Documents contractuels	7
Article 3 - Description et modalités d'exécution des prestations	7
3.1 - Description des prestations.....	7
3.2 - Modalités d'exécution.....	10
3.2.1 - Budget alloué :	10
3.2.2 - Obligations de résultat	11
3.2.3 - Obligations de conseil	11
3.2.4 - Exclusion.....	12
Article 4 - Bons de commande	12
Article 5 - Constatations de l'exécution des prestations.....	12
5.1 - Vérifications.....	12
5.2 - Décision après vérification	13
Article 6 - Régime des droits de propriété intellectuelle	13
6.1 - Exploitation des résultats du marché.....	13
6.2 - Droits cédés.....	13
6.3 - Destination	13
6.4 - Droits et obligations du titulaire	13
Article 7 - Prix	14
7.1 - Répartition des paiements	14
7.2 - Contenu des prix	14
7.3 - Révision des prix.....	14
7.3.1 - Formule de révision des prix	15
7.3.2 - Les modalités de révision des prix.....	15
7.3.3 - Hausse excessive des prix dans le cadre de la révision des prix annuelle	16
Article 8 - Conditions de modalités de règlement.....	16
8.1 - Avance	16

8.2 - Mode de règlement du marché public et modalités de financement	16
8.3 - Etablissement des factures	16
8.4 - Délai global de paiement et intérêts moratoires	18
8.5 - Retenu de garantie.....	18
Article 9 - Pénalités.....	18
Article 10 - Obligation de confidentialité	18
Article 11 - Conduite des prestations.....	19
Article 12 - Résiliation.....	19
Article 13 - Différends et litiges.....	19
Article 14 - Dérogations.....	19

PRÉAMBULE

Dans le cadre du présent cahier des clauses particulières (CCP), CY CERGY PARIS UNIVERSITE est désignée sous l'appellation « CY ou l'université ».

Le candidat retenu est désigné sous l'appellation « le titulaire ».

Le présent marché est passé en application du Code de la commande publique - désigné « le Code » dans le présent document - regroupant les deux textes suivants :

L'ordonnance n°2018-1074 du 26 novembre 2018 portant partie législative du code de la commande publique (articles précédés d'un L.) ;

Le Décret n°2018-1075 du 3 décembre 2018 portant partie réglementaire du code de la commande publique (articles précédés d'un R.).

Les parties contractantes sont :

CY Cergy Paris Université représentée par son Président ;

Le prestataire attributaire de l'accord-cadre, ci-après désigné le Titulaire.

Article 1 - Objet du marché – Dispositions générales

1.1 - Objet et étendue des prestations

Cette prestation s'inscrit dans le développement de la stratégie digitale de CY Cergy Paris Université et ses composantes.

A la suite de la création de CY Cergy Paris Université, de nombreuses marques ont vu le jour sous forme de composantes de l'université.

A court terme, il y a deux enjeux majeurs pour CY et ses différentes entités :

- Accroître la notoriété de CY Cergy Paris Université, ses composantes et ses formations ;
- Atteindre des objectifs de recrutement d'étudiants au sein des formations via des campagnes annuelles d'admission.

Pour répondre à ces besoins, l'université et certaines de ses composantes ont recours à la réalisation de campagnes de référencement payant (publicités interactives) notamment via Google Ads (mais pas uniquement).

Le référencement payant est reconnu aujourd'hui comme un levier stratégique du webmarketing, générant en moyenne 50% du trafic et des leads (coordonnées de prospects) des sites concernés.

Le présent marché a pour objet la mise en place, l'optimisation et l'accompagnement des campagnes de référencement payant sur Internet pour CY Cergy Paris Université qui visent à atteindre les différents objectifs fixés à l'année, selon le budget accordé à chacune des composantes et à l'université.

Le but est de recruter des étudiants, de contribuer à la notoriété des formations et d'augmenter le trafic qualifié sur les sites de la galaxie CY.

Les attendus sont spécifiques à la réalisation de campagnes payantes de webmarketing afin de promouvoir les formations et la marque des composantes et de l'université auprès de leurs cibles respectives, dans le but de les recruter.

Le titulaire gèrera l'ensemble des comptes de toutes les entités concernées.

1.2 - Lieux d'exécution

CY Cergy Paris Université est répartie sur 15 sites géographiques distincts, dans les départements du Val d'Oise, des Hauts-de Seine, des Yvelines et Pyrénées Atlantiques.

Chaque site est constitué d'un ou plusieurs bâtiments et localisé aux adresses suivantes :

- Site des **Chênes** 33 boulevard du Port – 95011 Cergy-Pontoise cedex
- Site des **Cerclades** - Place des Cerclades – 95015 Cergy-Pontoise cedex
- Site de **Saint Martin** - 2 avenue Adolphe- Chauvin, 95302 - Cergy-Pontoise cedex
- Site **Ordinal** – 12 rue des Chauffours – 95095 Cergy Pontoise cedex
- Site de **Neuville** - 5 mail Gay Lussac - 95031 Cergy-Pontoise Cedex
- Site **MIR Neuville** – 1 rue Descartes – 95000 Cergy
- Site de **CY Tech** Cergy – 2 avenue du Parc – 95000 Cergy
- Site **Labboîte** – Parvis de la préfecture – 95000 Cergy
- Site de la **Mir** – 1, rue Descartes – 95000 Neuville-sur-Oise
- Site d'**Argenteuil** - 95-97 rue Valère-Collas - 95100 Argenteuil
- Site de **Sarcelles** - 34, boulevard Bergson - 95200 Sarcelles
- Site de **Saint-Germain-en-Laye** - 5 rue Pasteur et 2 bis rue d'Alsace - 78100 Saint-Germain-en-Laye
- Site de **Gennevilliers** - avenue Marcel Paul, ZAC des Barbanniers - 92230 Gennevilliers
- Site d'**Antony** - 26 avenue Léon Jouhaux - 92160 Antony-Jouhaux
- Site de **Pau** CY Tech : 2 Boulevard Lucien Favre - 64075 Pau Cedex

Les prestations à exécuter ne nécessitent pas la présence du titulaire sur les lieux indiqués.

1.3 - Durée du marché

Le présent marché est conclu pour une durée ferme d'un an à compter de sa date de notification.

Le marché est ensuite renouvelable chaque année, par reconduction tacite, pour une période d'une année sans que sa durée totale ne puisse excéder quatre (4) ans.

Le titulaire devra impérativement se rendre disponible dans les 3 jours ouvrés suivants la notification du marché pour l'organisation de la réunion de lancement.

Il est précisé que la première échéance importante du marché est la proposition d'une stratégie et la réalisation des campagnes de notoriété et des journées portes ouvertes à partir du mois d'octobre 2026.

Ainsi, le titulaire devra être opérationnel dès la notification du marché.

La dénonciation du marché par le pouvoir adjudicateur sera notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception ou par message sur le profil acheteur au moins un (1) mois avant l'expiration de la période annuelle en cours.

Le titulaire ne peut pas refuser la reconduction.

Aucune indemnité ne sera accordée en cas de non reconduction du présent marché public.

1.4 - Forme du marché

Le présent marché est passé sous la forme d'un accord-cadre mono-attributaire.

Cet accord-cadre fixe toutes les stipulations contractuelles et s'exécute au fur et à mesure de l'émission de bons de commande, conformément aux articles L.2125-1, R.2162-1 à R.2162-6, R.2162-13 et R.2162-14 du code de la commande publique.

Il est conclu :

- sans montant minimum annuel,
- avec un montant maximum annuel de 225 000 € HT soit 900 000 € HT pour toute sa durée maximale (reconductions comprises).

Le présent accord-cadre est un marché public conclu à prix unitaires.

A titre indicatif, le montant estimatif annuel de l'accord-cadre est de 112 500 € HT soit 450 000 € HT pour toute sa durée maximale.

1.5 - Allotissement – décomposition de la consultation

Conformément à l'article L.2113-11 du Code, le marché ne fait pas l'objet d'un allotissement car la dévolution en lots séparés est de nature à restreindre la concurrence ou risque de rendre techniquement difficile ou financièrement plus coûteuse l'exécution des prestations.

1.6 - Options (au sens du droit communautaire)

Le présent marché public ne comporte pas de tranches.

Le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de recourir aux dispositions de l'article R.2122-7 du code de la commande publique pour la réalisation de prestations similaires.

Le présent marché public pourra faire l'objet de reconductions dans les conditions définies à l'article 1.3 du présent cahier des clauses particulières.

1.7 - Sous-traitance

En application des articles L.2193-1 et suivants du Code, le titulaire peut, sous sa responsabilité, sous-traiter l'exécution de certaines parties du marché, à la condition préalable expresse d'avoir obtenu de l'établissement l'acceptation de chaque sous-traitant et l'agrément des conditions de son paiement.

En cas de sous-traitance, le titulaire du marché demeure personnellement responsable du respect de toutes les obligations résultant du marché tant envers le représentant du pouvoir adjudicateur qu'envers les personnels de la société.

Le recours à la sous-traitance, sans acceptation préalable des conditions de paiement, expose le titulaire à la résiliation du marché sans indemnités.

La sous-traitance de la totalité du marché est interdite.

La présentation des sous-traitants est effectuée dans les conditions définies à l'article 10 du Règlement de consultation (RC).

Déclaration en cours d'exécution du marché

Conformément à l'article R. 2193-3 du Code, la présentation d'un sous-traitant peut également être effectuée en cours d'exécution du marché.

Dès lors, le titulaire remet contre récépissé à l'Université ou lui adresse par lettre recommandée, avec avis d'accusé réception, une déclaration contenant les renseignements mentionnés ci-dessus.

Dans cette hypothèse, l'acceptation du sous-traitant et l'agrément des conditions de paiement sont alors constatés par un acte spécial (formulaire DC4 disponible à l'adresse suivante :

<http://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-candidat>).

1.8 - Assurances

Conformément aux dispositions de l'article 9 du cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de techniques de l'information et de la communication (CCAG-TIC), le titulaire doit contracter les assurances permettant de garantir sa responsabilité à l'égard du pouvoir adjudicateur et des tiers, victimes d'accidents ou de dommages causés par l'exécution des prestations.

Par dérogation à l'article 9 du CCAG-TIC, le titulaire doit justifier, à compter de la notification du marché public et avant tout début d'exécution de celui-ci, qu'il est titulaire de ces contrats d'assurances, au moyen d'une attestation établissant l'étendue de la responsabilité garantie.

À tout moment durant l'exécution du marché public, le titulaire doit être en mesure de produire cette attestation, dans un délai de quinze jours à compter de la réception de la demande formulée par le pouvoir adjudicateur.

1.9 - Unité monétaire

Le pouvoir adjudicateur choisit l'euro comme monnaie de compte.

Article 2 - Documents contractuels

Par dérogation à l'article 4.1 du CCAG-TIC, les pièces constitutives du marché sont les suivantes, par ordre de priorité décroissante :

- L'Acte d'attribution valant engagement (AE) et son annexe financière (le bordereau des prix unitaires - BPU) ;
- Le présent cahier des clauses particulières (CCP) ;
- Le Cahier des Clauses Administratives Générales issu de l'arrêté du 30 mars 2021 (JORF n°0078 du 1 avril 2021) applicable aux marchés publics de techniques de l'information et de la communication ;
- L'offre technique du titulaire.

Les documents originaux détenus par CY Cergy Paris Université font seule foi. Tous les documents relatifs au marché sont rédigés en français.

Le titulaire déclare connaître parfaitement le CCAG-TIC bien qu'il ne soit pas matériellement joint au présent marché.

Article 3 - Description et modalités d'exécution des prestations

3.1 - Description des prestations

Les attendus du présent marché sont les suivants :

1 – Mise en place des campagnes

Sur la base d'un budget annuel confié par l'Université, le titulaire mettra en place l'ensemble des leviers de webmarketing payant et devra proposer de manière proactive de nouveaux dispositifs afin de répondre aux besoins stratégiques de recrutement des étudiants de l'université et de ses composantes.

L'université fournira au titulaire le budget annuel des campagnes et rémunèrera les frais d'agence inhérents à leur bonne exécution et à l'accompagnement stratégique de l'agence.

L'université attend une agence force de proposition, capable d'aller au-delà des demandes exprimées en identifiant des opportunités d'activation, d'innovation et d'optimisation continues.

Le titulaire devra être en capacité de ventiler, piloter et optimiser les budgets selon les objectifs (notoriété et génération de leads).

Sur la base des objectifs annuels de recrutement, le titulaire devra accompagner l'université et ses composantes dans leurs campagnes.

La prestation devra donc comprendre :

- La mise en place de campagnes Search, Display, YouTube, Performance Max, Demand Gen et Social Ads (Meta, TikTok, Snapchat) **ainsi que sur toutes autres plateformes en rapport avec les évolutions du marché**
- La mise en place de stratégies de retargeting avancées (multi-canaux)
- La proposition continue de nouveaux leviers et formats innovants
- La prise en charge complète des contenus : rédaction, visuels, landing pages optimisées
- La mise en place d'une stratégie d'A/B testing structurée
- Le suivi régulier des campagnes.

Le prestataire doit être capable de gérer des campagnes internationales optimisées.

L'université souhaite que la transparence soit totale, il est ainsi demandé au titulaire d'utiliser les espaces Google Ads et Matomo de l'université pour l'ensemble des campagnes, de façon à centraliser et partager les datas récoltées par les campagnes réalisées.

Un accompagnement complet à l'internalisation de Matomo sera exigé.

Un calendrier de suivi sera mis en place avec la direction de la communication de l'université pour des comptes rendus d'activité réguliers.

2 – Conseil, innovation et optimisation des campagnes.

Le titulaire devra assurer un rôle de conseil stratégique renforcé.

Les campagnes devront être pilotées selon des indicateurs orientés performance (taux de conversion, ROI).

Les indicateurs clés ou « Key Performance Indicator » permettent de mesurer l'impact et la réussite de la campagne et sont définis en amont du lancement de la campagne.

Deux types de résultats de campagnes seront à prendre en compte (ROI - Retour sur Investissement) :

1. Amélioration de la notoriété (communication) : Visibilité et qualification du trafic ;
2. Acquisition de prospects (admissions) : Besoins de recrutement pour transformation des conversions.

Les besoins ne sont pas les mêmes selon les composantes. Certaines ont besoin de plus de notoriété, d'autres ont besoin de valider des leads et certaines ont besoin des deux.

La prestation devra donc comprendre :

- L'optimisation des campagnes selon l'efficacité de celle-ci ;
- Des propositions d'options ou de leviers payants différents.
- Des analyses critiques systématiques (chaque donnée doit être expliquée)
- Des recommandations concrètes et actionnables
- Une proposition proactive de nouveaux dispositifs
- Une veille active (digital + enseignement supérieur)
- Des benchmarks concurrentiels réguliers
- Un contrôle strict des emplacements et audiences.

Le titulaire devra également être proactif dans son rôle de conseil et d'optimisation des campagnes, et proposer des améliorations selon les résultats de campagne et les différents leviers identifiés pour arriver aux objectifs attendus.

Le titulaire devra aussi être à même de conseiller l'Université sur les nouveautés des acteurs de ces campagnes (Google, Facebook, LinkedIn...) par la veille inhérente à son expertise.

Le titulaire devra démontrer une capacité à optimiser en continu et à challenger les stratégies existantes.

3 – La centralisation stratégique

L'objectif final est, pour l'université, d'optimiser la dépense budgétaire tout en arrivant aux objectifs demandés par chacune des entités : composantes et université.

Le titulaire devra ainsi s'entretenir avec les responsables de campagnes sur un rythme à déterminer pour optimiser et piloter les campagnes au cours de l'année.

Les objectifs sont donnés par les responsables des campagnes des composantes et l'université. Le pilotage est donc double : un pilotage terrain avec les responsables de campagne et un pilotage de cohérence, centralisé à la direction de la communication.

La prestation devra donc comprendre :

Des comptes rendus réguliers des campagnes notamment durant les phases de lancement, avec un suivi renforcé au cours des 15 premiers jours. Le titulaire devra également assurer un suivi des retours sur investissement avec la direction de la communication de l'université. Un reporting mensuel ainsi qu'un bilan annuel des campagnes seront attendus incluant lorsque cela est possible, des comparatifs avec les performances de l'année N-1.

4 – Pilotage, data et reporting stratégique

Le titulaire devra transformer les données en outil de pilotage.

Un dashboard Data Studio devra être conçu comme un outil d'aide à la décision et inclure :

- Une synthèse exécutive claire

- Les KPI stratégiques
- Une lecture simplifiée et visuelle
- Des recommandations associées aux performances
- Une identification des leviers performants.

Les reportings devront être lisibles, exploitables et orientés décision. Le titulaire devra proposer un dispositif de suivi en temps réels via un tableau de bord type Looker Studio ou équivalent.

Des exemples de reportings et de tableaux de bord sont attendus en réponse à l'appel d'offre.

5 – Document de prévisualisation des campagnes

Le titulaire devra fournir un document clair, structuré et validable en amont de toute campagne.

Le titulaire devra fournir les liens de previews des campagnes sur chaque plateforme (réseaux sociaux et moteurs de recherches)

Ce document devra inclure :

- Objectifs de campagne
- KPI cibles
- Stratégie média
- Budget et calendrier

Ainsi que :

- Les annonces (titres, descriptions, variantes) ;
- Les angles marketing
- Les visuels proposés
- La stratégie d'A/B testing

Le document devra être ergonomique, modifiable et facilement compréhensible. L'Université décidera souverainement des éléments retenus et objectifs à atteindre.

6 – Exigence de qualité et accompagnement stratégique

Le titulaire devra faire preuve d'un haut niveau de rigueur et de fiabilité.

Une attention particulière sera portée à :

- La qualité et l'absence d'erreurs dans les livrables
- La clarté des documents
- La capacité d'anticipation.

L'agence devra être un véritable partenaire stratégique, capable de proposer des innovations, partager des tendances et contribuer activement à la performance globale.

L'objectif est de garantir une approche exigeante, proactive et orientée résultats.

3.2 - Modalités d'exécution

3.2.1 - Budget alloué :

Le budget global dépensé par l'université dans le cadre de ce marché se divise en deux parties :

1 – Le budget publicitaire (sans TVA)

Il s'agit du budget que l'université et ses composantes vont investir dans la promotion des formations des composantes.

Ce budget est confié au titulaire mais, il ne constitue en rien une rémunération pour celui-ci.

Il est constitué d'une enveloppe fixée à l'année qui sert à acheter auprès de Google (ou autre prestataire) des annonces payantes.

Le budget sera remis en intégralité au prestataire pour l'année d'exercice. Les composantes feront leurs demandes sous forme de bon de commande au prestataire qui soustraira au budget le montant de la campagne correspondante.

Les comptes rendus réguliers avec la direction de la communication permettront d'assurer le respect des budgets engagés par composante et d'évaluer le retour sur investissement.

Les comptes rendus avec les composantes permettront d'optimiser leur(s) campagne(s) selon les objectifs visés.

Le titulaire fera des propositions de budget au regard des objectifs déterminés par CY.

Un compte rendu annuel d'utilisation des crédits sera remis par le titulaire auprès de la direction de la communication à chaque date anniversaire du marché. Ce compte rendu fera apparaître de façon exhaustive l'utilisation totale des crédits par l'Université et par composante.

Dans l'hypothèse où la totalité du budget annuel ne serait pas utilisée, le titulaire fera apparaître les crédits inutilisés sur le compte rendu annuel d'utilisation des crédits. Le budget restant sera répercuté pour l'année suivante. En cas de non-reconduction du marché, le titulaire reversera les sommes restantes à l'Université.

Dans l'hypothèse où il apparaît la nécessité d'injecter des sommes supplémentaires au budget prévu initialement, l'Université informe le titulaire du versement de sommes complémentaires. Ce versement complémentaire apparaîtra sur le compte rendu annuel d'utilisation des crédits.

En cas de retard relatif à la remise du compte rendu annuel d'utilisation des crédits, le titulaire pourra faire l'objet des pénalités décrites à l'article 9 du CCP.

2 – Les honoraires du prestataire (avec TVA)

Le prestataire doit définir ses honoraires pour le service rendu de mise en place, suivi, conseil et optimisation des campagnes.

3.2.2 - Obligations de résultat

Le titulaire s'engage à faire exécuter toutes les prestations telles que décrites dans son offre et conformément aux règles de l'art de la profession, par les membres de l'équipe d'intervenants dont les profils ont été transmis par ses soins, à l'appui de son offre.

3.2.3 - Obligations de conseil

Le titulaire a une obligation générale de conseil et d'information.

Il est tenu de fournir au commanditaire les solutions les plus adaptées aux besoins exprimés.

Le titulaire :

- S'oblige notamment à lui fournir les préconisations, conseils, modifications des méthodes susceptibles d'améliorer les prestations ;
- S'engage à prendre connaissance de tous les documents fournis, des contraintes et/ou des informations techniques communiqués par le prescripteur à l'appui de ses commandes ;
- S'engage à signaler les incohérences, erreurs, oublis qui lui paraissent affecter la bonne exécution de la prestation.

3.2.4 - Exclusion

L'accompagnement des campagnes de référencement méta Keystone pour le référencement de 8 programmes français et anglais de CY Tech font l'objet d'un autre marché public. Ces prestations sont donc exclues du présent marché.

Article 4 - Bons de commande

Les prestations donnent lieu à l'émission de bons de commande notifiés par le pouvoir adjudicateur au fur et à mesure des besoins, sans qu'aucun minimum de commande ne puisse être imposé au pouvoir adjudicateur.

Les mentions figurant sur chaque bon de commande sont les suivantes :

- Le nom ou la raison sociale du titulaire,
- Le numéro du marché ;
- La date, le numéro et le montant du bon de commande ;
- La nature et la description des prestations à réaliser, notamment : la (les) langue(s) « source » et la (les) langue(s) « cible » et le nombre de mots à traduire ou à relire,
- Les modalités de transmission des prestations ;
- Les délais d'exécution des prestations.

IMPORTANT : le titulaire ne doit remettre sa prestation qu'après notification du bon de commande correspondant.

Lorsque le titulaire estime que les prescriptions d'un bon de commande qui lui est notifié appellent des observations de sa part, il doit les notifier au représentant du pouvoir adjudicateur dans un délai de 24 heures à compter de la date de réception du bon de commande, sous peine de forclusion.

En cas de co-traitance, les bons de commande sont adressés au mandataire du groupement, qui a seule compétence pour formuler des observations au représentant du pouvoir adjudicateur.

Durée d'émission des bons de commande : Conformément à l'article R.2162-5 du Code, les bons de commande peuvent être émis jusqu'au dernier jour de validité du marché.

Durée d'exécution des bons de commande : Conformément à l'article R.2162-5 du Code, les bons de commande pourront s'exécuter jusqu'à 4 mois après la date de fin de validité de l'accord-cadre.

Le titulaire s'engage à n'accepter aucune commande ne mentionnant pas le numéro d'engagement émis par le logiciel de commande de l'Université (SIFAC), seule référence permettant à la comptabilité de l'université de retracer le service émetteur de la commande.

Article 5 - Constatations de l'exécution des prestations

5.1 - Vérifications

Les opérations de vérification ont pour objet de contrôler la conformité des prestations exécutées avec les prescriptions du présent marché public conformément aux articles 30, 31 et 32 du CCAG-TIC.

De manière générale, la réception des prestations est prononcée par l'Université, après achèvement complet des prestations.

Chaque réception fait l'objet d'une attestation de service fait signée par le pouvoir adjudicateur attestant ainsi l'admission de la prestation.

Suite aux vérifications, le titulaire doit se conformer aux relectures des services demandeurs afin de prendre en compte les modifications demandées. En aucun cas, les modifications ou compléments apportés par le titulaire à la demande des services de l'Université ne pourront faire l'objet d'une facturation supplémentaire.

5.2 - Décision après vérification

A l'issue des opérations de vérification, le pouvoir adjudicateur prend sa décision dans les conditions prévues aux articles 33 et 34 du CCAG-TIC.

Article 6 - Régime des droits de propriété intellectuelle

Il est fait application du chapitre 7 du CCAG-TIC « Utilisation des résultats » (Articles 43 à 46 du CCAG-TIC)

6.1 - Exploitation des résultats du marché

L'acheteur bénéficie, au titre des dispositions du code de la propriété intellectuelle et des stipulations du CCAG-TIC de la cession à son profit des droits exclusifs d'exploitation de tous les résultats réalisés au titre du présent marché et décrites au sein du CCP.

6.2 - Droits cédés

L'université n'acquiert en aucun cas la propriété intellectuelle ou de toute autre nature des connaissances antérieures et connaissances antérieures standards du titulaire.

Le titulaire n'acquiert en aucun cas la propriété intellectuelle ou de toute autre nature des connaissances antérieures et connaissances antérieures standards de l'université.

6.3 - Destination

Le titulaire cède à l'acheteur, à titre exclusif, les droits d'usage, de reproduction et de représentation afférents aux œuvres réalisées au titre du présent marché, pour les usages de l'acheteur, pour toutes ses publications ou diffusions de caractère régional, national ou universel, y compris sur les supports et moyens de représentation télématiques, numérisés ou multimédias, quelle qu'en soit la forme et à des fins commerciales ou non.

La cession consentie s'étend à tous modes d'exploitation de l'œuvre visant à faire connaître l'acheteur et le fonctionnement des services publics au moyen de tout support existant et à venir.

La rémunération forfaitaire et définitive de la cession des droits susvisés est comprise dans le prix du marché.

6.4 - Droits et obligations du titulaire

Le titulaire du marché ne peut faire aucun usage des résultats des prestations du marché ni communiquer les composantes de ces œuvres à des tiers sans accord préalable de l'acheteur.

Le titulaire du marché garantit à l'acheteur la jouissance pleine et entière, libre de toute servitude, des droits de propriété intellectuelle ou de toutes natures relatifs aux résultats qui sont cédés aux termes du marché.

Le titulaire du marché garantit :

- Qu'il est titulaire des droits de propriété intellectuelle des demandes de titres et des titres qu'il cède ;
- Qu'il est titulaire ou détient les droits concédés sur les connaissances antérieures ;
- Qu'il n'a concédé sur les résultats, les titres et les demandes de titres, aucune licence, nantissement, gage ni aucun autre droit au profit d'un tiers ;
- Qu'il n'existe aucun litige, en cours ou imminent, et qu'il n'a été informé d'aucun litige susceptible d'être intenté concernant les droits objets de la cession.

Le titulaire du marché garantit à l'acheteur qu'au jour de la cession ci-dessus définie, il n'a été inséré dans les résultats aucune réminiscence ou reproduction susceptible de violer les droits de tiers, et de donner notamment lieu à des demandes ou actions en contrefaçon, plagiat, copie servile, atteinte au droit à l'image des personnes, responsabilité civile, et plus généralement de nature à troubler l'exploitation paisible des droits cédés.

En conséquence, le titulaire s'engage à faire son affaire personnelle de toutes réclamations et/ou procédures, quelles qu'en soient les formes et natures, formées contre le pouvoir adjudicateur par un tiers, et qui se rattacheraient directement ou indirectement aux droits cédés par le présent marché.

A cet effet, le titulaire s'engage à intervenir volontairement si nécessaire auprès de toutes les instances engagées contre le pouvoir adjudicateur, à le garantir de toutes les condamnations qui seraient prononcées contre lui à cette occasion, ainsi qu'à prendre à sa charge les frais de toutes natures dépensés par le pouvoir adjudicateur pour assurer sa défense, y compris les frais d'avocat.

Article 7 - Prix

7.1 - Répartition des paiements

L'acte d'engagement indique éventuellement ce qui doit être réglé au Titulaire du marché et à ses éventuels co-traitants.

7.2 - Contenu des prix

Les prestations faisant l'objet du présent marché public sont réglées en application du bordereau des prix unitaires annexé à l'acte d'engagement.

Les prix du marché sont établis hors TVA et réputés tenir compte de toutes les sujétions d'exécution qui sont normalement prévisibles dans les conditions de temps et de lieu où s'exécutent ces prestations.

Les prix comprennent notamment toutes les charges fiscales, parafiscales ou autres frappant obligatoirement les prestations et les frais qui en résultent couramment.

Aussi, en cas de sous-traitance, les prix du marché sont réputés couvrir les frais de coordination et de contrôle du titulaire et de ses sous-traitants ainsi que les conséquences de leurs défaillances éventuelles, au moment de l'établissement des dites factures.

Le taux de TVA des factures afférentes au présent marché public est celui applicable au moment de l'établissement des dites factures.

7.3 - Révision des prix

La révision des prix s'opère à la baisse comme à la hausse.

7.3.1 - Formule de révision des prix

Le marché est traité à prix unitaires suivant les prix indiqués dans le Bordereau des Prix Unitaires. Les prix sont révisibles à l'issue de la première période de 12 mois du marché.

Les prix de l'accord-cadre sont réputés établis sur la base des conditions économiques du mois de remise des offres. Ce mois est appelé « mois zéro ».

Ils sont ensuite révisibles à chaque reconduction à la baisse ou à la hausse selon la formule de l'indice.

Les prix sont révisés annuellement par application aux prix de l'accord-cadre donné par la formule suivante :

$$PN = P0 * (In/I0)$$

Dans laquelle I0 et In sont les valeurs prises par l'index de référence I respectivement au mois zéro (mois de remise des offres) et au mois n (mois du dernier indice connu).

PN est le nouveau prix.

P0 est le prix initial du mois de remise des offres

La révision définitive des prix s'opère sur la base de la dernière valeur d'index publiée au moment de l'application de la formule. Aucune variation provisoire ne sera effectuée.

L'indice de référence « I » correspond à l'indice mensuel du coût horaire du travail révisé - Salaires et charges - Tous salariés - Commerce (NAF rév. 2 section G) - Base 100 en décembre 2008 », identifiant 001565189.

Dans le cas où l'indice prévu cesserait d'être publié, un nouvel indice serait choisi d'un commun accord et fera l'objet d'un avenant.

7.3.2 - Les modalités de révision des prix

Les prix sont révisés à chaque reconduction du marché.

A chacune des échéances prévues ci-dessus, les prix unitaires de l'accord-cadre sont révisés sur demande écrite du Titulaire ou à l'initiative du Pouvoir Adjudicateur.

Le titulaire s'engage à faire parvenir à l'université, par lettre recommandée ou par voie électronique avec accusé de réception à l'adresse marche@ml.u-cergy.fr, le nouveau BPU avec un préavis de 2 mois avant la date de renouvellement de l'accord-cadre.

Si la demande est initiée par l'Université, elle s'engage à faire parvenir au titulaire sur la plate-forme des achats de l'Etat (PLACE), le compte-rendu de l'évolution de l'indice de révision utilisé. Cette demande sera initiée au moins 2 mois avant la date de renouvellement de l'accord-cadre. Le titulaire ne pourra pas refuser la diminution du prix.

En cas de non-respect des délais de transmission, les prix seront tacitement reconduits pour la nouvelle période du marché.

Si le titulaire ou le pouvoir adjudicateur ne transmettent pas de proposition de nouveaux prix, les prix précédemment appliqués restent en vigueur jusqu'à la prochaine date de révision.

Ces nouveaux prix font ressortir le pourcentage d'augmentation ou de minoration par rapport aux prix initiaux.

L'Université dispose d'un délai de 30 jours calendaires (la date portée sur l'accusé de réception faisant foi) pour accepter ou refuser les nouveaux prix unitaires. Au-delà de ce délai, le silence de l'administration ou du titulaire vaut acceptation des nouveaux prix.

Ces derniers sont annexés aux prix initiaux et prennent effet à compter de la date prévue pour l'application de la révision.

7.3.3 - Hausse excessive des prix dans le cadre de la révision des prix annuelle

Clause butoir :

L'évolution des prix résultant de l'application des modalités de révision prévues au présent marché est plafonnée à 3% par rapport aux prix définis l'année précédente.

Clause de sauvegarde :

Lorsque l'application de la formule de révision conduit à une augmentation des prix supérieure à 3 % par rapport aux prix applicables l'année précédente, l'établissement se réserve la faculté :

- soit de limiter l'augmentation des prix à 3 % ;
- soit de résilier, sans indemnité pour le titulaire, la partie non exécutée du marché afin de procéder à une nouvelle mise en concurrence ;
- soit, à titre exceptionnel, d'accepter tout ou partie de l'augmentation résultant de la formule de révision, après accord exprès des parties formalisé par avenant en application de l'article R 2194-1 du Code de la commande publique.

Dans l'hypothèse d'une résiliation, la décision de résiliation prévoit un délai de préavis permettant à l'établissement d'engager une nouvelle mise en concurrence.

Pendant la période comprise entre la notification de la décision de résiliation et sa date d'effet, les prix applicables avant révision continuent d'être pratiqués. Toutefois, l'établissement s'engage, durant cette période, à ne pas maintenir un rythme de commandes supérieur à celui observé sur une période comparable précédente, sauf nécessité dûment justifiée liée à la continuité du service.

Article 8 - Conditions de modalités de règlement

8.1 - Avance

Les conditions ne sont pas remplies pour le versement de l'avance.

8.2 - Mode de règlement du marché public et modalités de financement

Les prestations seront financées dans le cadre du budget de l'Etablissement et feront l'objet d'un mandat administratif.

Le délai de paiement applicable au présent marché public est de 30 jours dès réception par le service acheteur de la facture établie par le prestataire.

Le retard de paiement fait courir, de plein droit et sans autre formalité, des intérêts moratoires à compter du jour suivant l'expiration du délai de paiement ou l'échéance prévue au contrat.

Les délais de paiement peuvent être suspendus dans les conditions prévues par la réglementation.

Les candidats sont en outre informés que le marché public sera conclu en euros.

8.3 - Etablissement des factures

Le paiement s'effectue selon les règles de la comptabilité publique dans les conditions prévues à l'article 11 du CCAG-TIC

Les factures sont rédigées en français et exprimées en euros (€).

Elles sont établies en un original portant, outre les mentions légales, les indications suivantes :

- Le nom et l'adresse du créancier ;
- Le numéro de son compte bancaire ou postal ;
- Le numéro du marché public ;
- Les prestations réalisées ;
- Le montant HT ;
- Le taux et le montant de la TVA ;
- Le montant TTC ;
- La date de facturation ;
- Le SIRET de l'université ;
- Les informations fiscales de chaque partie (numéro de TVA du créancier et de CY).

Conformément au Code de la commande publique, l'obligation de transmettre les factures sous forme électronique s'impose à tous les fournisseurs depuis le 1er janvier 2020.

Facturation électronique :

La transmission des factures s'effectue conformément aux dispositions des articles D.2192-1 et suivants du Code.

Le titulaire a plusieurs possibilités :

1 - Envoyer sa facture à partir d'un système tiers :

- Par transfert de fichier (en mode EDI) : Chorus Pro permet des échanges d'informations par flux issus des systèmes d'information des fournisseurs. L'émetteur de facture adresse ses flux soit directement à Chorus pro soit par l'intermédiaire d'un opérateur de dématérialisation ;
- En utilisant des web services (en mode API) : Chorus Pro offre l'ensemble de ses fonctionnalités sous forme de services intégrés dans un portail tiers (API/web service).

L'émetteur de facture s'identifie via les API, et accède à l'ensemble des services de Chorus Pro comme par exemple le dépôt ou saisie de factures, le suivi du traitement des factures, l'adjonction et téléchargement de pièces complémentaires, etc.

2 - Utiliser le portail Chorus Pro accessible par internet en se connectant à l'URL :

<https://choruspro.gouv.fr> afin de :

- Déposer ses factures sur le portail ;
- Saisir sa facture directement sur le portail Chorus Pro.

Préalables techniques et réglementaires : Pour connaître les conditions techniques (guide utilisateurs du portail, kit de raccordement technique et spécifications du format normalisé d'échange) et réglementaires dans lesquelles s'opère la dématérialisation des factures, le titulaire est invité à consulter le portail internet à l'adresse ci-dessous : <https://communaute-choruspro.finances.gouv.fr/>

Pour déposer la facture sur le portail Chorus Pro, il est nécessaire de renseigner les éléments suivants : numéro SIRET de l'établissement (CY Cergy Paris Université : 130 025 976 00015) et n° d'engagement juridique (numéro du bon de commande SIFAC).

Important : Le numéro SIRET stipulé dans l'acte d'attribution valant engagement doit explicitement être identique à celui qui est utilisé pour permettre le dépôt des factures via le portail CHORUS PRO. Toute incohérence générera automatiquement un rejet des factures par l'agence comptable de CY CERGY PARIS UNIVERSITE.

8.4 - Délai global de paiement et intérêts moratoires

Le délai de paiement applicable au présent marché est de 30 jours dès réception par l'établissement de la facture établie par le prestataire et après vérification du service fait.

Le taux des intérêts moratoires est égal au taux d'intérêt de la principale facilité de refinancement appliquée par la Banque Centrale Européenne à son opération de refinancement principal la plus récente effectuée avant le premier jour du calendrier du semestre de l'année civile au cours duquel les intérêts moratoires ont commencé à courir, majoré de 8 points.

Le retard de paiement donne lieu, de plein droit et sans autre formalité au versement d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement, dont le montant est fixé à 40 €.

8.5 - Retenu de garantie

Il n'est pas opéré de retenue de garantie.

Article 9 - Pénalités

Les pénalités dérogent à l'article 14 du CCAG TIC. Les pénalités sont cumulables et non plafonnées. Elles sont dues dès le 1er euro et commencent à courir, sans qu'il soit nécessaire de procéder à une mise en demeure préalable et sans que le pouvoir adjudicateur n'invite le titulaire à présenter ses observations.

Dépassement du délai d'exécution :

En cas de retard dans la remise du compte rendu annuel d'utilisation des crédits, le titulaire s'expose à une pénalité de 100 € par jour calendaire de retard.

En cas d'absence lors d'un compte rendu régulier avec la Direction de la communication, le titulaire d'expose à une pénalité de 500 € par constat de manquement.

Absence de déclaration d'un sous-traitant :

Par dérogation à l'article 3.6.3 du CCAG-TIC, si le titulaire omet de déclarer l'intervention d'un sous-traitant pour l'exécution des prestations du présent marché, dans les conditions détaillées à l'article 1.7 du CCP, il s'expose à l'application d'une pénalité de 1 000 € par constat de manquement.

Article 10 - Obligation de confidentialité

Le titulaire, ses salariés, co-traitants et ses sous-traitants, qui, à l'occasion de l'exécution du présent marché, ont connaissance d'informations ou reçoivent communication de documents ou d'éléments de toute nature relatifs, notamment, à l'objet du marché, aux moyens à mettre en œuvre pour son exécution, au fonctionnement des services du pouvoir adjudicateur, sont tenus de prendre toutes mesures nécessaires afin d'éviter que ces informations, documents ou éléments ne soient divulgués à un tiers.

Le titulaire s'engage à considérer comme confidentiels toutes les connaissances et le savoir-faire qui lui sont fournis par CY Cergy Paris Université.

Le contenu du marché est également considéré comme confidentiel, ainsi que les échanges de courriers et d'informations entre les parties.

Le titulaire s'engage à informer ses salariés, par tous moyens à sa convenance, sur cette obligation de confidentialité.

Le titulaire s'engage à obtenir de ses éventuels co-traitants et sous-traitants un engagement écrit identique aux dispositions stipulées au présent article. Cet engagement écrit des éventuels co-traitants et sous-traitants est communiqué par le titulaire à CY Cergy Paris Université, à première demande. Ne sont pas couverts par cette obligation de confidentialité les informations, documents

ou éléments déjà accessibles au public, au moment où ils sont portés à la connaissance des parties au marché.

Le titulaire se conforme donc à un devoir de confidentialité et de secret professionnel sur tous les documents fournis dans le cadre du marché.

Par dérogation à l'article 50 du CCAG-TIC, en cas de violation de ces aspects, le titulaire encourt l'application d'une pénalité égale à 20 % du montant maximal annuel du marché et la résiliation immédiate du marché public pour faute sans mise en demeure préalable.

Article 11 - Conduite des prestations

Le titulaire a la responsabilité des personnels et des moyens à mettre en œuvre pour réaliser les prestations prévues par le présent marché et assurer leur bonne fin.

Le titulaire s'engage à mettre en place une équipe de personnes compétentes dont il s'efforce d'assurer la pérennité pendant toute la durée du marché. Il lui appartient de maintenir, pendant toute la durée du marché et sans interruption, un niveau constant de compétence.

Article 12 - Résiliation

Les conditions de résiliation du marché sont définies aux articles 47 à 54 du CCAG-TIC.

Par dérogation aux articles 47 et 51 du CCAG-TIC, le présent marché peut être résilié pour motif d'intérêt général, sans versement de l'indemnité de résiliation ni d'indemnisation des frais et investissements, éventuellement engagés pour le marché et strictement nécessaires à son exécution, après information du titulaire dans un délai raisonnable.

Toutefois, le titulaire a le droit d'être indemnisé de la part des frais et investissements, éventuellement engagés pour le marché et strictement nécessaires à son exécution, qui n'aurait pas été prise en compte dans le montant des prestations payées. Il lui incombe d'apporter toutes les justifications nécessaires à la fixation de cette partie de l'indemnité dans un délai de quinze jours après la notification de la résiliation du marché.

La résiliation pour motif d'intérêt général sera notifiée par voie dématérialisée, via la Place, ou par lettre recommandée avec avis de réception.

Article 13 - Différends et litiges

En cas d'échec de la procédure de conciliation définie par les articles R. 2197-1 et suivants du Code, le tribunal administratif de Cergy-Pontoise est seul compétent pour juger des litiges pouvant naître de l'application ou de l'interprétation des clauses du présent accord-cadre.

Tribunal Administratif de Cergy-Pontoise

2/4 Boulevard de l'Hautil

95000 CERGY-PONTOISE

Tél : 01.30.17.34.00

Fax : 01.30.17.34.59

Article 14 - Dérogations

L'article 1.8 du présent CCP déroge à l'article 9 du CCAG-TIC.

L'article 2 du présent CCP déroge à l'article 4.1 du CCAG-TIC.

L'article 9 du présent CCP déroge à l'article 14 du CCAG-TIC.

L'article 9 du présent CCP déroge à l'article 3.6.3 du CCAG-TIC.

L'article 10 du présent CCP déroge à l'article 50 du CCAG-TIC.

L'article 12 du présent CCP déroge aux articles 47 et 51 du CCAG-TIC.