



ÉTABLISSEMENT PUBLIC DU MUSÉE DU LOUVRE (EPML)

DIRECTION FINANCIÈRE, JURIDIQUE ET DES MOYENS

Sous-direction juridique et de l'achat public

Service de la commande publique

75058 Paris Cedex 01

MARCHÉ PUBLIC DE SERVICES

CONSEIL ET ACHAT D'ESPACES PUBLICITAIRES

CAHIER DES CLAUSES PARTICULIÈRES (CCP)

2026-039M

SOMMAIRE

ARTICLE 1 – CONTEXTE DU MUSÉE	4
Les chiffres clés du Louvre.....	4
Le public des expositions temporaires	6
Les évolutions du public recherchées	6
Enjeux et objectifs.....	6
ARTICLE 2 – OBJET ET FORME DU MARCHÉ	6
2.1 Objet.....	6
2.2 Forme	7
2.3 Décomposition du marché.....	7
ARTICLE 3 – PIÈCES DU MARCHÉ	8
3.1 Pièces particulières	8
3.2 Pièces générales	8
ARTICLE 4 – DURÉE DU MARCHÉ ET DÉLAIS D'EXÉCUTION.....	9
4.1 DURÉE.....	9
4.2 DÉLAIS D'EXÉCUTION	9
ARTICLE 5 – OBLIGATIONS DES PARTIES.....	9
5.1 obligation du musée du Louvre.....	9
5.2 obligations du titulaire	9
5.2.1. Dispositions générales.....	9
5.2.2. Prévention des risques de conflits d'intérêts et de corruption	10
ARTICLE 6 – MODALITÉS D'EXÉCUTION DES PRESTATIONS.....	10
6.1 prestations forfaitaires	10
6.2 prestations objet de la part à commandes.....	12
ARTICLE 7 – OPÉRATION DE VÉRIFICATION ET D'ADMISSION DES PRESTATIONS	13
ARTICLE 8 – PÉNALITÉS.....	13
8.1 pénalités de retard.....	13
8.2 INDEMNITES	13
8.3 PENALITES POUR DEFAUT DE PAIEMENT	14
8.4 pénalités pour non-respect des dispositions relatives au travail dissimulé.....	14
ARTICLE 9 – SOUS-TRAITANCE DES PRESTATIONS	14
ARTICLE 10 – RÈGLEMENT DES COMPTES – FACTURATION.....	15
10.1 MODALITÉS DE RÈGLEMENT	15
10.2 ENVOI DES FACTURES	16
ARTICLE 11 – VARIATION DES PRIX	16
ARTICLE 12 – DÉLAIS DE PAIEMENT ET INTÉRÊTS MORATOIRES.....	17
ARTICLE 13 – PAIEMENT DES SOUS-TRAITANTS.....	18
ARTICLE 14 – AVANCE.....	18
ARTICLE 15 – RETENUE DE GARANTIE.....	18
ARTICLE 16 – NANTISSEMENT OU CESSION DE CRÉANCES	18

ARTICLE 17 – MODIFICATION EN COURS D’EXÉCUTION DU MARCHÉ	18
ARTICLE 18 – CONFIDENTIALITÉ ET ACTIONS DE COMMUNICATION	18
18.1 SECRET PROFESSIONNEL ET CONFIDENTIALITE	19
18.2 CLAUSE DE CONFIDENTIALITE.....	19
18.3 PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL	19
18.3.1. <i>Dispositions générales</i>	19
18.3.2. <i>Le traitement des données essentielles du marché public</i>	20
18.3.3. <i>Le traitement des données essentielles ayant le caractère de données personnelles</i>	20
18.4 ACTIONS DE COMMUNICATION	20
ARTICLE 19 – OBLIGATION D’INFORMATION	20
ARTICLE 20 – AGRÉMENT	21
ARTICLE 22 – RESPONSABILITÉ ET ASSURANCES	21
ARTICLE 23 – RÉSILIATION	21
ARTICLE 24 – LANGUE, LITIGES ET COMPÉTENCE DES TRIBUNAUX.....	22
ARTICLE 25 – DÉROGATIONS AU CCAG-FCS.....	22

ARTICLE 1 – CONTEXTE DU MUSÉE

Ouvert à tous depuis 1793, le musée du Louvre est le premier musée français dédié au grand public. Né de la Révolution française et héritier des grandes collections royales, cet ancien palais des rois de France a toujours vécu et évolué en résonance avec l'histoire nationale et mondiale.

Avec 33 000 œuvres déployées sur 73 000 m², le Louvre est aujourd'hui l'un des plus grands musées sur la scène internationale, présentant certains chefs-d'œuvre de l'art comme la *Joconde*, la *Victoire de Samothrace*, le *Scribe accroupi* ou la *Vénus de Milo*. Il abrite des collections représentatives d'une histoire du monde toujours faite d'échanges et de connexions, de l'Antiquité au XIX^e siècle, de l'Amérique à l'Asie. Musée à vocation universelle, le Louvre s'affirme comme un lieu de rencontre entre les cultures et les civilisations ; un lieu de dialogue entre passé et présent ; le lieu contemporain de tous les arts, de toutes les expressions, permettant de mieux saisir les aspirations de l'humanité.

Les missions statutaires du musée

Le titulaire du marché devra tenir compte des missions du musée du Louvre telles que décrites par le décret du 22 décembre 1992 modifié portant création de l'Etablissement public du Louvre :

- 1) Conserver, protéger, restaurer pour le compte de l'Etat et présenter au public les œuvres des collections inscrites sur les inventaires du musée national du Louvre et du musée national Eugène-Delacroix dont il a la garde, ainsi que conserver, protéger, restaurer et présenter au public, dans les conditions prévues par les conventions qui les régissent, les œuvres déposées dans le jardin des Tuileries ;
- 2) Contribuer à l'enrichissement des collections nationales par l'acquisition de biens culturels pour le compte de l'Etat, à titre onéreux ou gratuit ;
- 3) Assurer dans les musées et les jardins qu'il regroupe, et par tout moyen approprié, l'accueil du public le plus large, d'en développer la fréquentation, de favoriser la connaissance de leurs collections, de concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture ;
- 4) Assurer l'étude scientifique de ses collections ;
- 5) Concourir à l'éducation, la formation et la recherche dans le domaine de l'histoire de l'art, de l'archéologie et de la muséographie ;
- 6) Gérer un auditorium et élaborer sa programmation ;
- 7) Préserver, gérer et mettre en valeur les immeubles dont il est doté dans les conditions prévues à l'article 7 du présent décret ;
- 8) Conserver, protéger, restaurer, enrichir pour le compte de l'Etat et proposer à la consultation du public les collections des bibliothèques et de la documentation du musée national du Louvre et du musée national Eugène-Delacroix dont il a la garde.

Pour l'accomplissement de ses missions, il coopère avec les collectivités publiques et les organismes de droit public ou de droit privé, français ou étrangers, poursuivant des objectifs répondant à sa vocation.

Les chiffres clés du Louvre

Le palais

244 000 m² de planchers,
3 000 mètres de façade (longueur totale, cours comprises),
70 000 m² de salles d'exposition,
403 pièces,
14,5 km de salles et couloirs.

La Pyramide

603 losanges et 70 triangles de verre,
21 mètres de hauteur sur 34 mètres de largeur à la base,
95 tonnes d'acier, 105 tonnes d'aluminium.

La cour Napoléon

28 000 m² de surface
650 000 pavés de grès et de granit.

Le domaine

Le domaine du Louvre et des Tuileries est la principale emprise foncière de la capitale avec ses 360 000 m² de surface de plancher et ses 37 hectares de cours et jardins. Le jardin des Tuileries à lui seul s'étend sur 22 hectares.

Les collections

30 000 œuvres exposées sur les près de 500 000 œuvres confiées à la garde du musée.

9 départements de conservation : Antiquités orientales, Antiquités égyptiennes, Antiquités grecques étrusques et romaines, Arts de l'Islam, Objets d'art, Sculptures, Peintures, Arts graphiques et Arts de Byzance et des Chrétientés en Orient, auxquels s'ajoute le musée national Eugène-Delacroix (depuis le 1^{er} janvier 2004).

Plus de 30 000 œuvres déposées en région.

Environ 10 expositions temporaires présentées chaque année au musée du Louvre.

L'auditorium

Salle pluridisciplinaire à la croisée des arts, avec plus de 300 manifestations par saison, l'auditorium présente colloques internationaux, conférences d'histoire de l'art, d'archéologie, d'architecture et de muséographie, films sur l'art, cinéma, musique filmée, concerts... autour de grands thèmes en lien avec l'actualité du musée.

Le Studio

Ce nouvel espace ouvert au public depuis le décembre 2021 de 1 200 m², situé au rez-de-chaussée de l'aile Richelieu, a vocation à accueillir les ateliers de création et de pratique artistique ainsi que les formations proposées par le musée du Louvre.

À l'entrée du Studio, le Forum est un lieu de découverte, d'échanges et de programmation ouvert à tous les visiteurs pour s'approprier le musée, ses collections et ses métiers.

Familles et scolaires, étudiants et jeunes actifs, professionnels et visiteurs du champ social et du handicap : chacun y trouvera une proposition adaptée pour développer sa curiosité et sa pratique artistique.

Toutes les activités sont offertes avec le billet d'entrée au musée.

Lieu de création des artistes, ouvert à tous depuis 1793, le musée du Louvre place plus que jamais les projets éducatifs et sociaux au cœur de ses priorités.

Les équipes

Environ 2070 agents travaillent au Louvre : 65 conservateurs, 8 directeurs de grands départements patrimoniaux, 166 personnels de conservation, 1200 agents de surveillance et une brigade de 52 sapeurs-pompiers de Paris.

Les publics du musée

L'universalité du Louvre s'incarne dans ses collections mais aussi à travers ses publics.

9,05 millions de visiteurs en 2025 dont :

- 27% de visiteurs français,
- 10,3% des Etats-Unis,
- de nombreux visiteurs d'Europe (Italie 6%, Allemagne 5,3%, Espagne 4%).

18 de visiteurs âgés de 18 à 25 ans (Union Européenne)

32% des visiteurs accèdent gratuitement aux collections.

(source : *Rapport d'activité du Louvre 2025*)

Le public des expositions temporaires

(source : Service des études de publics, du suivi des actions et de la prospective)

L'espace d'expositions temporaires du Hall Napoléon a accueilli dans la première moitié de 2025 deux expositions : « Figures du Fou » et « Mamlouks ».

Traditionnellement, ces expositions attirent un public plus local : toutes deux ont été visitées à 79% par des Français, dont environ 40% étaient parisiens. Il s'agissait également d'un public fortement féminin (58% pour Mamlouks et 68% pour Figures du Fou) et assez âgé : 23% des personnes venues voir Figures du Fou avaient plus de 60 ans ; cette part a atteint 34% pour Mamlouks. Par comparaison, les plus de 60 ans représentaient 6% du public visitant les collections permanentes en 2024.

Le profil sociodémographique des visiteurs des expositions temporaires en 2025 se rapprochait donc fortement de celui des habitués du musée du Louvre : environ 60% disposaient d'un diplôme supérieur long, 55% étaient issus des catégories socioprofessionnelles aisées (cadres supérieurs, professions libérales, etc.), et la part des personnes fréquentant assidûment des institutions culturelles était notablement haute (seuls 13% d'entre elles n'avaient pas visité d'autres expositions dans les 12 mois précédant leur passage au musée du Louvre).

Les évolutions du public recherchées

Si le musée du Louvre bénéficie d'un rayonnement international exceptionnel, qui ne se dément pas, le public francilien — et en particulier les publics urbains actifs et amateurs d'art contemporain — reste une cible à conquérir et à fidéliser puisqu'il tend à privilégier des institutions perçues comme plus contemporaines, événementielles ou expérientielles.

Objectif

Le musée du Louvre souhaite renforcer son attractivité auprès du public de proximité (Île-de-France et bassins urbains élargis), en particulier les visiteurs réguliers des fondations et institutions d'art contemporain, afin d'en faire les visiteurs récurrents et les mécènes individuels de demain.

Publics visés par les campagnes de communication

- Actifs urbains 25–45 ans
- Professions créatives, cadres, entrepreneurs
- Publics déjà consommateurs d'offres culturelles premium
- Détenteurs de cartes d'adhésion dans d'autres institutions
- Visiteurs des expositions événementielles

Fidélisation et récurrence de visite

Encourager la « revisite » et le développement d'une relation durable avec les publics nationaux, notamment par la promotion des expositions temporaires, événements nocturnes et programmations spécifiques.

Valorisation du Louvre comme marque culturelle globale

Il s'agit de positionner le Louvre non seulement comme un musée, mais comme une marque culturelle universelle, innovante et contemporaine, capable d'engager des audiences au-delà du seul public touristique.

Enjeux et objectifs

Dans un univers culturel de plus en plus concurrentiel en raison de la diversité des offres, de leur facilité d'accès, de l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché et de leur communication très offensive, il est nécessaire pour le musée du Louvre de réinterroger son mode et ses canaux de communication. Il s'agit de permettre au Louvre de trouver sa place dans l'offre culturelle nationale et internationale, de se distinguer des autres acteurs culturels dans cet environnement concurrentiel fort et de renforcer le lien entre le Louvre et ses publics en particulier les publics de proximité.

ARTICLE 2 – OBJET ET FORME DU MARCHÉ

2.1 OBJET

Le présent marché a pour objet de confier au titulaire :

- la prestation de conseil et d'accompagnement stratégique dans la planification média affichage, presse, radio, télévision et digitale, le choix des médias et leur association pour chacune des campagnes de promotion de l'offre culturelle (expositions, manifestations de l'auditorium et éventuellement du Studio, collections permanentes) et de fidélisation des publics du musée du Louvre (incluant des campagnes éventuelles pour le musée Delacroix ou le Jardin des Tuileries).
- la négociation, l'achat et la gestion des espaces publicitaires (affichage, presse, radio, télévision et digital) nécessaires à la réalisation de ces campagnes de promotion ou de fidélisation des publics du Musée du Louvre, à l'exception des espaces concédés au Musée du Louvre dans le cadre de partenariats médias¹ conclus directement par le Musée du Louvre.

Le principe retenu est celui de la délégation de paiement (le titulaire sera mandataire-payeur).

2.2 FORME

Le présent marché est passé selon la procédure d'appel d'offres ouvert en application des articles L.2124-2, R.2124-2-1° et R.2161-2 à R.2161-5 du Code de la commande publique.

Le présent marché est conclu à prix mixtes.

Les prestations se décomposent de la manière suivante :

- une partie revêt la forme d'un accord-cadre mono-attributaire à bons de commandes sans montant minimum et avec montant maximum en valeur au sens des dispositions des articles R.2162-1 et suivants du Code de la commande publique (CCP), et comporte à titre principal les prestations de négociation, d'achat et de gestion des espaces publicitaires telles que définies à l'article 5.2 du présent CCP.
- une partie sera conclue à prix global et forfaitaire et comporte à titre accessoire les prestations de conseil et d'accompagnement stratégique telle que définie à l'article 6.1 du CCP.

Ainsi, ces deux formes composant le contrat sont exécutées selon les règles qui leur sont directement applicables au sein de l'ordonnance et du décret relatifs aux marchés publics.

Les prestations de la partie à bons de commandes seront conclues, conformément à l'article R.2162-2 alinéa 2 du code de la commande publique, sans montant minimum et avec un montant maximum en valeur suivant :

Montant maximum pour la 1 ^{ère} période d'exécution du marché <u>soit 12 mois</u>	Montant maximum pour la 2 ^{ème} période d'exécution du marché <u>soit 12 mois</u>	Montant maximum pour la 3 ^{ème} période d'exécution du marché <u>soit 12 mois</u>	Montant maximum pour la 4 ^{ème} période d'exécution du marché <u>soit 12 mois</u>
800 000 euros HT (960 000 € TTC)	800 000 euros HT (960 000 € TTC)	800 000 euros HT (960 000 € TTC)	800 000 euros HT (960 000 € TTC)

2.3 DÉCOMPOSITION DU MARCHÉ

Conformément aux articles L.2113-10, L.2113-11, R.2113-2 et R.2113-3 du Code de la commande publique, le marché n'est pas décomposé en lots. Les prestations du marché constituent un ensemble cohérent qui ne comporte pas de prestations qui pourraient être définies comme distinctes.

Le présent marché ne fait pas l'objet d'un fractionnement en tranches au sens des articles R.2113-4 à R.2113-6 du Code de la commande publique.

¹ Par partenariat média, on entend une opération d'échange de visibilité entre le Musée du Louvre et un support média (presse quotidienne, magazine, radio, télévision, presse numérique ou partenaires opérationnels) sur une opération déterminée. Dans ce cadre, des contreparties réciproques, en nature et d'égale valeur sont négociées, puis délivrées par chacune des parties. Ces opérations s'accompagnent parfois de l'achat additionnel d'espaces appelés « tickets d'entrée ».

ARTICLE 3 – PIÈCES DU MARCHÉ

Les pièces constitutives du marché sont les suivantes :

3.1 PIÈCES PARTICULIÈRES

- L'acte d'engagement et ses annexes,
 - Annexe 1 : Dispositions législatives et réglementaires.
 - Annexe 2 : Bordereau des prix unitaires (BPU).
 - Annexe 3 : l'accord RGPD.
 - Annexe 4 : Acte spécial de sous-traitance (DC4), le cas échéant ;
- La décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF)
- Le présent cahier des clauses particulières (CCP) et ses annexes :
 - Documents de présentation des expositions/ sujets sélectionnés pour les cas pratiques :
 - Brief de présentation de l'exposition « Louvre photo »
 - Brief de présentation de l'exposition « Amazones »
- L'offre du titulaire (mémoire technique et ses éventuelles annexes)
- L'Attestation de mandat payeur (Pour mémoire le principe retenu est celui de la délégation de paiement (le titulaire sera mandataire-payeur).

3.2 PIÈCES GÉNÉRALES

- Le Cahier des Clauses Administratives Générales applicables aux marchés publics de fournitures et de services (CCAG-FCS), approuvé par l'arrêté du 30 mars 2021.
- Loi n°93-122 du 29 janvier 1993, dite loi Sapin.
- Les normes françaises homologuées et les normes applicables en France en vertu d'accords internationaux.

Nota :

Seuls les originaux détenus par la personne publique font foi.

Le présent marché, constitué des documents contractuels définis ci-dessus, exprime l'intégralité des obligations des parties.

En cas d'incompatibilités ou de divergences d'interprétation entre les différentes pièces constitutives du marché, celles-ci prévalent dans l'ordre où elles sont énumérées ci-dessus.

Les dispositions du présent marché prévalent sur celles qui figureraient sur les documents de réponses, lettres ou autres documents échangés entre la personne publique et le titulaire préalablement à la signature du présent marché.

Le titulaire ne pourra se prévaloir, dans l'exercice de sa mission, d'une quelconque ignorance des lois, décrets, arrêtés, règlements, circulaires, tous textes administratifs nationaux ou locaux applicables dans le cadre de l'exécution du présent marché et, d'une manière générale, de tout texte ou de toute réglementation intéressant son activité pour autant que ces textes soient d'ordre public ou qu'ils suppléent au silence des autres pièces contractuelles.

ARTICLE 4 – DURÉE DU MARCHÉ ET DÉLAIS D'EXÉCUTION

4.1 DURÉE

Le marché est conclu pour une période de douze (12) mois à compter de sa date de notification.

Il est reconductible trois (3) fois tacitement pour une période de douze (12) mois, sans que sa durée totale n'excède quarante-huit (48) mois.

Conformément au code de la commande publique, l'émission des bons de commande ne peut intervenir que pendant la durée de validité du marché.

La reconduction est tacite et le titulaire du marché ne peut s'y opposer.

Le pouvoir adjudicateur doit se prononcer par écrit au moins trois (3) mois avant la fin de la durée de validité du marché (à savoir, avant la fin de l'annuité en cours) s'il veut refuser la reconduction du marché et donc le dénoncer. Cet écrit est alors adressé au titulaire du marché par lettre recommandée avec accusé de réception ou par tout autre moyen permettant d'attester la date de réception de la décision.

Quelles que soient les raisons ayant motivé la non-reconduction, la validité du marché court jusqu'au terme de la période en cours. La non-reconduction du marché n'ouvre droit au profit du titulaire à aucune indemnité ni à aucun dédommagement. Le titulaire reste par ailleurs engagé jusqu'à la fin d'exécution de la période en cours.

4.2 DÉLAIS D'EXÉCUTION

Pour la partie à bons de commande :

Le délai d'exécution des prestations sera fixé dans chaque bon de commande.

L'émission des bons de commande pourra avoir lieu jusqu'au dernier jour de validité du marché. Ainsi l'exécution de ceux-ci pourra se poursuivre une fois la date de validité du marché dépassée à condition que celle-ci respecte l'obligation de remise en concurrence périodique des opérateurs économiques.

Pour la partie forfaitaire :

Les délais maximum d'exécution sont ceux indiqués au présent CCP.

ARTICLE 5 – OBLIGATIONS DES PARTIES

5.1 OBLIGATION DU MUSÉE DU LOUVRE

Le Musée du Louvre s'engage à fournir au titulaire tous les éléments d'information nécessaires à la bonne exécution de la mission qui lui a été confiée.

Les personnes chargées de la conduite du marché seront désignées à la notification du marché.

5.2 OBLIGATIONS DU TITULAIRE

5.2.1. Dispositions générales

- Le titulaire s'engage à communiquer sur demande du Musée du Louvre les barèmes de prix des supports et leurs actualisations successives.
- Conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993, dite loi Sapin, le titulaire indiquera les liens financiers éventuels qu'il entretient avec chaque support, en précisant le montant des participations.
- Le titulaire s'engage à rechercher le meilleur rapport qualité prix pour l'établissement des plans média. Il s'efforcera à ce titre d'obtenir tous abattements issus ou non des conditions générales de ventes.

- Le titulaire s'engage à rendre compte au Musée du Louvre des conditions dans lesquelles les prestations ont été effectuées.
- Les prestations faisant l'objet du marché sont placées sous la responsabilité unique du titulaire. La bonne exécution du marché suppose que le titulaire désigne un interlocuteur unique en charge du suivi des prestations du présent marché pendant toute la durée de celui-ci.

L'équipe du titulaire affectée à la réalisation des prestations est qualitativement et quantitativement adaptée à la nature des prestations telles que définies dans le présent marché. Elle est fixée de façon nominative dans son offre.

Si en cours d'exécution du marché le titulaire est amené à modifier la composition de l'équipe, celui doit :

- en aviser immédiatement le représentant du pouvoir adjudicateur
- lui communiquer dans un délai de sept (7) jours calendaires à compter de l'avis d'information fait au représentant du pouvoir adjudicateur, le nom, les titres, et coordonnées du nouvel intervenant

Le représentant du pouvoir adjudicateur se réserve le droit de récuser le nouvel intervenant dans un délai d'un (1) mois à compter de la réception des informations concernant ce dernier. Le titulaire devra alors proposer un nouvel intervenant dans les conditions énoncées à l'alinéa précédent.

En cours d'exécution du marché, le représentant du pouvoir adjudicateur se réserve le droit de récuser les interlocuteurs à tout moment. Le titulaire devra alors proposer un nouvel intervenant dans les conditions de l'alinéa 6 du présent article.

Le représentant du pouvoir adjudicateur se réserve le droit de résilier le marché dans les conditions de l'article 22 du présent CCP, à l'issue de la deuxième récusation ou en l'absence de désignation de nouvel intervenant dans les délais impartis.

5.2.2. Prévention des risques de conflits d'intérêts et de corruption

Durant l'exécution du contrat, le titulaire s'engage à maintenir son indépendance d'analyse et d'action afin d'éviter toute distorsion de concurrence, à éviter tout conflit pouvant exister entre ses intérêts, ceux de l'acheteur et ceux des autres opérateurs susceptibles d'être amenés à participer à l'exécution du contrat. Le titulaire s'engage à avertir l'acheteur de toute situation susceptible d'aboutir à un conflit d'intérêts et lui soumet les dispositions qu'il propose de mettre en œuvre afin de faire disparaître cette situation. A ce titre, le titulaire s'engage à divulguer sur simple demande de l'acheteur les liens qui l'uniraient aux opérateurs économiques présentant leur candidature lors d'une autre consultation. Conformément aux dispositions de la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique le titulaire garantit que toute personne, physique ou morale, intervenant pour son compte dans le cadre du présent contrat :

- Respecte toute réglementation ayant pour objet la lutte contre la corruption et le trafic d'influence ;
- Met en place et maintient ses propres politiques et procédures relatives à l'éthique et à la lutte contre la corruption ;
- Informe l'acheteur de tout événement qui pourrait avoir pour conséquence l'obtention d'un avantage indu, financier ou de toute autre nature, à l'occasion du présent contrat ;
- Fournit toute assistance nécessaire à l'acheteur pour répondre à une demande d'une autorité dûment habilitée relative à la lutte contre la corruption.

ARTICLE 6 – MODALITÉS D'EXÉCUTION DES PRESTATIONS

6.1 PRESTATIONS FORFAITAIRES

Le forfait porte sur les prestations de conseil et d'accompagnement stratégique.

Par ces termes le Musée du Louvre entend, notamment, les prestations suivantes :

- Cinq (5) recommandations par an sur des sujets stratégiques définis par le musée : par exemple, plan média pour les expositions du Hall Napoléon (2 par an), plan média pour la campagne de communication

Tous Mécènes !, plan média pour une manifestation de l'Auditorium (saison Musique, Journées Internationales du Film sur l'Art (JIFA)...), plan média pour une campagne de communication institutionnelle le cas échéant, ...

Pour chaque projet de campagne, le Musée du Louvre transmettra au titulaire :

- une description du sujet qui fera l'objet de la recommandation stratégique
- une description du ou des public(s) cible(s)
- une évaluation du budget disponible

Le titulaire proposera au Musée du Louvre **dans un délai ne pouvant excéder dix (10) jours ouvrables**, au moins deux hypothèses d'achat d'espace correspondant aux objectifs recherchés.

Le Musée du Louvre pourra demander au titulaire de préciser ou de compléter ses recommandations.

Il est entendu que cette prestation constitue une recommandation et que le Musée du Louvre n'est pas tenu de retenir l'une ou l'autre des propositions faites par le titulaire et de donner suite aux achats d'espaces préconisés.

A partir des objectifs de communication et de marketing définis, le livrable sera rendu sous la forme d'un document écrit offrant :

- une présentation de la stratégie globale préconisée en quelques lignes,
- les caractéristiques des supports recommandés et leur diffusion,
- un rétroplanning des actions et des livrables à transmettre par le musée (visuels, textes...),
- les coûts bruts et négociés.

Une fois le plan de campagne validé par le musée du Louvre, le titulaire s'occupera de la réservation des emplacements et de la passation des ordres de publicité auprès des supports.

Il assurera ensuite un suivi des parutions et une collecte des justificatifs des parutions ainsi qu'un reportage photo pour les campagnes d'affichage. Pour les campagnes digitales le titulaire assurera également une collecte des justificatifs des parutions ainsi qu'un tracking de la performance de chaque insertion et fournira un bilan de chaque campagne. Le Prestataire devra notamment identifier le parcours achat complet à partir des liens traqués mis en place par le musée du Louvre.

- Le Musée du Louvre adressera au titulaire des demandes de recommandations circonstanciées sur des sujets particuliers et récurrents, notamment : pour l'achat d'espace pour les différentes programmations de l'auditorium (musique, cinéma, théâtre, conférence, événements exceptionnels type carte blanche confiée à une personnalité), plan media pour susciter l'adhésion (Amis du Louvre et Fonds de dotation), plan media pour la mise en avant des programmations activités – pour famille, enfants...
 - Recommandations en matière d'achat pour l'optimisation de la fréquentation de manifestations ponctuelles.
 - Le cas échéant, avis critique sur la pertinence et la valorisation des projets de partenariat médias/échanges de marchandises envisagés par le musée et recommandations de partenariats médias particulièrement pertinents,
 - Recommandations en matière d'optimisation de référencement sur internet.
- Assurer un suivi des conditions d'achat et des évolutions des supports en termes de vente, de contenu, de vues, d'abonnés ou de tout autre donnée pertinente pour les supports digitaux et de spécificités techniques afin de répondre aux interrogations du musée du Louvre sur la pertinence des supports et sur la meilleure façon pour le musée d'apparaître dans lesdits supports.
- Assurer un accompagnement du musée sur la stratégie d'achat digitale et de sponsorship sur les réseaux sociaux grâce à des recommandations, un suivi des performances pendant les campagnes pour assurer une optimisation en continu, ainsi qu'une analyse des retombées.
- Le titulaire assurera une veille sur tous nouveaux supports et toutes nouvelles technologies numériques susceptibles d'optimiser sa communication en termes d'image et de recherche de public.

Le Musée du Louvre pourra demander au titulaire de rechercher des contacts avec tel ou tel média dont il souhaiterait rencontrer les représentants.

De manière générale, le titulaire sera force de proposition vis-à-vis du Musée du Louvre sur les sujets suivants :

- veille concurrentielle,
- analyse critique des habitudes du musée en termes de support ou de stratégie de communication,
- propositions de solutions innovantes pour promouvoir les offres du musée,
- tracking, suivi et ajustement des campagnes digitales,
- relai des informations en provenance des supports, notamment données statistiques sur la visibilité des espaces achetés,
- invitations à des conférences ou tables rondes professionnelles sur des sujets d'actualité.

Cette liste n'étant pas exhaustive, il appartient au titulaire de formuler dans son offre, tout autre conseil qu'il jugera pertinent et qu'il s'engage à réaliser dans le cadre du forfait.

6.2 PRESTATIONS OBJET DE LA PART À COMMANDES

▪ **Devis**

Pour chaque campagne, une fois le plan média établi par le Musée du Louvre et communiqué au titulaire (sur la base ou non de recommandations établies par celui-ci), ce dernier établit un devis détaillé transmis aux personnes en charge de la conduite du marché telles que visées à l'article 5.1, dans un délai de cinq (5) jours ouvrés précisant :

- la référence au présent marché
- la date et la durée de la campagne
- le tarif de base du support
- les tarifs bruts (tarif négocié)
- le montant net HT
- la rémunération du mandataire
- un estimatif des coûts qui ne pourront donner lieu qu'à une simple évaluation (ex. taxe communale pour certains affichages)
- les frais techniques éventuels
- le coût total HT
- le taux et le montant de la TVA
- le coût TTC

Le Musée du Louvre se réserve le droit de formuler des observations sur le devis proposé et de demander toute modification qu'il jugera utile.

Dans le cadre des partenariats média noués par le Musée du Louvre, des « tickets d'entrée » ou achats complémentaires d'espaces en espèces sont parfois inclus dans la négociation globale menée par le Musée du Louvre et le média. La réalisation matérielle de l'achat de ces espaces (résultant de ces seuls « tickets d'entrée ») et leur gestion est confiée au titulaire dans le cadre de la part à commandes ; à ce titre, des honoraires seront perçus par le titulaire sur ces montants.

▪ **Bons de commande**

Le devis validé par le Musée du Louvre fera l'objet d'un bon de commande signé du représentant du pouvoir adjudicateur, qui devra mentionner :

- la date

- l'identification du titulaire
- la référence du bon de commande
- le nom de la campagne
- la date et la durée de la campagne le média concerné
- le montant HT
- le taux et le montant de la TVA
- le montant TTC

Des bons de commande pourront être adressés jusqu'au dernier jour de validité du marché pour une exécution trois (3) mois au plus après cette date limite de validité.

▪ **Relations avec les médias et suivi des campagnes**

Pour chaque bon de commande, le titulaire assurera la relation avec les médias et le suivi des campagnes. Il transmettra notamment au musée du Louvre :

- La fiche technique de l'espace acheté (format utile, chromie, positionnement droite/gauche, positionnement dans la page, nombre de pixel par pouce, poids et format des fichiers, etc....), la date de bouclage, les modalités de remise des fichiers numériques et des éléments matériels.
- Le titulaire s'engage à rendre compte au musée du Louvre des conditions dans lesquelles les prestations sont effectuées.
- En cas de modification devant intervenir dans les conditions de diffusion du message publicitaire, le titulaire doit informer le musée et recueillir son accord préalable.

Le titulaire négociera le cas échéant avec les médias, les délais supplémentaires nécessaires à la remise des éléments.

▪ **Récapitulatif définitif**

A la fin de chaque campagne, après réception par le titulaire de l'intégralité des factures émanant des médias, le titulaire établira un récapitulatif définitif en reprenant l'intégralité des postes. En tout état de cause le montant du récapitulatif ne pourra être supérieur au montant du bon de commande.

Le récapitulatif définitif sera accompagné de justificatifs de parution.

ARTICLE 7 – OPÉRATION DE VÉRIFICATION ET D'ADMISSION DES PRESTATIONS

Les opérations de vérification et d'admission des prestations seront réalisées selon les dispositions des articles 27 à 30 du CCAG-FCS.

ARTICLE 8 – PÉNALITÉS

8.1 PÉNALITÉS DE RETARD

Par dérogation à l'article 14 du CCAG-FCS, il sera fait application des pénalités définies ci-après :

En cas de non-respect des délais de remise des rendus et autres documents visés à l'article 6.1 et 6.2 du présent CCP, le titulaire se verra appliquer sans mise en demeure préalable une pénalité forfaitaire de 100 € par jour ouvré de retard.

8.2 INDEMNITES

En cas de non diffusion du message publicitaire par manquement du titulaire à ses obligations (par exemple la non transmission de l'ordre de service au support), le titulaire devra verser au Musée du Louvre une

indemnité compensatoire correspondant à 50 % de la valeur de l'espace publicitaire concerné. Cette indemnité sera payable par le titulaire à réception d'une facture émise par le musée du Louvre.

8.3 PENALITES POUR DEFAUT DE PAIEMENT

Dans le cas où un média signalerait au musée du Louvre un défaut de paiement des prestations d'achat d'espaces par le titulaire, le musée du Louvre transmettra un courriel au titulaire lui demandant de procéder au paiement dans un délai qu'il fixera.

En l'absence de paiement régularisé dans ce délai, le titulaire se verra appliquer une pénalité forfaitaire de 50 € par jour, jusqu'à règlement effectif des prestations concernées.

8.4 PÉNALITES POUR NON-RESPECT DES DISPOSITIONS RELATIVES AU TRAVAIL DISSIMULÉ

Conformément à l'article L.8222-6 du code du travail, lorsque le pouvoir adjudicateur est informé, par les instances de contrôle, d'une situation irrégulière du titulaire au regard des articles L.8221-3 à L.8221-5 du code du travail, il le met en demeure de cesser immédiatement la situation, et d'en apporter la preuve. Il informe l'instance de contrôle des résultats de cette démarche.

En l'absence de régularisation satisfaisante dans le délai imparti (délai fixé par décret en Conseil d'Etat), le pouvoir adjudicateur peut imposer des pénalités, ou résilier le marché, sans indemnité, le cas échéant, au frais et risques du titulaire.

Le montant des pénalités est, à ce titre, au plus égal à 10,00 % des montants commandés sur le présent marché, sur la base des bons de commande réellement exécutés, et ne peut excéder celui des amendes encourues en application des articles L.8224-1, L.8224-2 et L.8224-5 du code du travail

ARTICLE 9 – SOUS-TRAITANCE DES PRESTATIONS

Tel que le prévoit l'article L.2193-3 du Code de la commande publique, le titulaire peut, sous sa responsabilité, sous-traiter l'exécution de certaines prestations du marché, et ce, à condition d'avoir obtenu préalablement du représentant du pouvoir adjudicateur, l'acceptation et l'agrément des conditions de paiement, telles que définies par les articles L.2193-4 à L.2193-7 du Code de la commande publique.

Si la déclaration de sous-traitance intervient au moment du dépôt de l'offre, le candidat doit fournir une déclaration de sous-traitance (formulaire DC4 disponible à l'adresse suivante : <http://www.economie.gouv.fr>), mentionnant les renseignements énoncés par l'article R.2193-1 du CCP. Si la déclaration de sous-traitance intervient après la notification du marché, le titulaire remet au pouvoir adjudicateur, un acte spécial de sous-traitance, conformément à l'article R.2193-3 du même Code.

D'une manière générale, les justifications concernant le(s) sous-traitant(s) sont identiques à celles exigées des candidats par l'acheteur public dans l'avis d'appel public à la concurrence relatif au marché initial, y compris, si l'EPML le demande, les capacités techniques, professionnelles et financières ainsi qu'une présentation des références représentatives de la prestation, objet du marché.

L'absence de l'une de ces pièces et/ou la non-conformité des documents remis par le titulaire fait obstacle à l'acceptation des sous-traitants par la personne représentant le pouvoir adjudicateur. Le titulaire est également tenu de communiquer le contrat de sous-traitance et ses avenants éventuels au pouvoir adjudicateur, lorsque celui-ci en fait la demande. En cas de non-respect de cette obligation dans le délai prévu à l'article 3.6.3 du CCAG-FCS, il s'expose aux pénalités prévues audit article du CCAG-FCS.

Le titulaire du marché demeure personnellement responsable de l'exécution de toutes les obligations résultant de celui-ci.

En cas de non-respect de ces dispositions, le titulaire s'expose aux sanctions prévues à l'article 41 du CCAG-FCS.

ARTICLE 10 – RÈGLEMENT DES COMPTES – FACTURATION

10.1 MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Prix au forfait :

Les prestations objet du forfait feront l'objet d'un règlement par acomptes trimestriels établis sur la base d'1/4 du montant du forfait figurant sur la Décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF).

Outre les mentions légales, les décomptes établis par le titulaire porteront, obligatoirement, les indications suivantes :

- La référence du marché,
- L'identification de la facture,
- Les nom et adresse du titulaire,
- La date,
- L'identification des prestations
- Le montant HT des précédents décomptes,
- Le montant total HT dû au titre du décompte,
- Le taux et le montant de TVA,
- Le montant total TTC.

Part à commandes :

Le principe retenu est celui de la délégation de paiement.

Le titulaire passera des ordres d'achat et assurera le paiement des médias pour le compte du Musée du Louvre.

▪ **Pour l'achat d'espaces**

Le titulaire émettra à l'issue de chaque campagne une facture sur la base du récapitulatif définitif des facturations qu'il aura reçues des médias.

▪ **Pour le taux et le montant des honoraires des achats d'espace affichage, presse et digital négociés par le titulaire :**

Le titulaire percevra une rémunération sous forme d'honoraires en pourcentage du montant net HT des achats d'espace facturés par les médias.

Le pourcentage de rémunération est constitutif de l'offre du titulaire et figure à l'article 5 de l'acte d'engagement.

Par montant net HT d'achat des espaces média on entend le tarif appliqué par les médias déduction faite de tous les dégressifs prévus ou non dans les conditions générales de vente des supports.

Le paiement des honoraires s'effectuera de la manière suivante :

- Pour chaque bon de commande, 100 % du montant des honoraires seront versés après l'établissement du récapitulatif définitif, sur présentation d'une facture à la fin de chaque campagne.

10.2 ENVOI DES FACTURES

Les factures sont adressées de façon dématérialisée et gratuitement en utilisant le portail sécurisé « Chorus Pro² ». Toutes les informations utiles à la mise en œuvre de ces procédures sont sur le site <https://communaute-chorus-pro.finances.gouv.fr/>.

La transmission des documents relatifs au paiement s'effectue conformément aux dispositions des articles L.2192-1 et suivants du code de la commande publique.

Le titulaire a plusieurs possibilités :

a) Envoyer les documents relatifs au paiement 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 Pro¹, 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.

b) Utiliser le portail Chorus Pro accessible par internet en se connectant à l'URL: [Http://chorus-pro.gouv.fr](http://chorus-pro.gouv.fr) aux fins de :

- soit déposer ses demandes de paiement sur le portail,
- soit saisir sa demande de paiement directement sur le portail Chorus Pro.

En complément, pour tout connaître sur la facturation électronique, le site Internet « Communauté Chorus Pro » (<https://communaute.chorus-pro.gouv.fr/emetteur-de-factures-electroniques/>) permet de trouver toutes les informations utiles pour comprendre le fonctionnement de Chorus Pro et choisir le mode de raccordement ou d'utilisation qui conviendra le mieux à l'organisation du titulaire.

Un ensemble de fiches pratiques est également disponible à l'adresse suivante : <https://communaute.chorus-pro.gouv.fr/documentation/fiches-pratiques/>.

ARTICLE 11 – VARIATION DES PRIX

Les prix du marché sont réputés établis aux conditions économiques du mois de remise de l'offre par le titulaire, dit mois d'établissement des prix « Mo ».

Le pourcentage des honoraires tel que défini à l'article 5 de l'acte d'engagement est ferme pour toute la durée du marché.

Le prix du forfait est révisable une fois par an au mois anniversaire de la notification du marché dit mois de révision « Mr » en application de la formule suivante :

$$Pr = Po [0,30 + 0,70 (0,20 ICHTr-3 / ICHTo + 0,80 IPPr-3 / IPPo)]$$

Dans laquelle :

- **ICHT** : Indice du coût horaire du travail –Tous salariés « **information et communication** » publié au bulletin mensuel de statistique de l'INSEE, identifiant n°1565192.
- **IPP** : Indice des prix de vente des services français aux entreprises françaises (BtoB) – Prix de marché - A17 JZ - « **information et communication** » publié au bulletin mensuel de statistique de l'INSEE, identifiant n°010766507.

Ces indices sont consultables sur le site Internet de l'INSEE à l'adresse suivante :

² Le portail <https://chorus-pro.gouv.fr> est un site gratuit, qui permet aussi de suivre le traitement des factures par le pouvoir adjudicateur. Informations complémentaires : <https://communaute-chorus-pro.finances.gouv.fr/>
Assistance pour une facturation dématérialisée : <https://communaute-chorus-pro.finances.gouv.fr/?action=publicPage&uri=intranetOnePage/4003>

<http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/bsweb/>

- L'indice « o » désigne la valeur de l'indice concerné au mois d'établissement des prix (Mo).
- L'indice « r-3 » désigne la valeur de l'indice concerné au mois précédant de 3 mois le mois de révision de l'année considérée (Mr).
- Po et Pr désignent respectivement les prix en vigueur au mois « Mo » et au mois « Mr ».

Si l'un des indices de référence cessait d'être publié, il serait remplacé de plein droit par celui qui s'y substituerait, en appliquant le coefficient de raccordement établi à cet effet.

Le titulaire effectue le calcul en mentionnant les mois et années de références, la valeur des indices correspondants, et en détaillant les calculs intermédiaires.

Les calculs intermédiaires et le coefficient applicable sont arrondis à 3 décimales :

- par défaut lorsque la 4^{ème} décimale est comprise entre 0 et 4 ;
- par excès lorsque la 4^{ème} décimale est comprise entre 5 et 9.

Le titulaire s'assure, par échange de mails, avec le service financier et juridique de la Direction des relations extérieures et de la communication, de la bonne mise en œuvre des modalités contractuelles de l'élaboration du calcul :

Musée du Louvre

DREC

Sous-direction du pilotage administratif et des concessions

Service financier et juridique

75058 Paris Cedex 01

ARTICLE 12 – DÉLAIS DE PAIEMENT ET INTÉRÊTS MORATOIRES

Les dépenses relatives au présent marché sont financées sur le budget de l'établissement et le règlement s'effectue selon les règles de la comptabilité publique et par virement administratif, en créditant le compte ouvert au nom du titulaire tel qu'indiqué à l'acte d'engagement.

Toutefois, l'EPML se libérera des sommes dues aux sous-traitants payés directement en faisant porter les montants au crédit des comptes désignés dans les annexes, les avenants ou les actes spéciaux.

Les sommes dues en exécution du présent marché sont payées conformément aux dispositions du titre IV de la loi n° 2013-100 du 28 janvier 2013 portant diverses dispositions d'adaptation de la législation au droit de l'Union européenne en matière économique et financière et de son décret d'application n° 2013-269 du 29 mars 2013 relatif à la lutte contre les retards de paiement dans les contrats de la commande publique.

Conformément au décret n° 2013-269 susmentionné, le règlement des prestations intervient par virement administratif dans un délai de 30 jours à compter de la réception de la demande de paiement.

Il appartient au titulaire de s'assurer de la bonne réception de la demande de paiement. Le défaut de paiement dans ce délai fait courir de plein droit et sans autre formalité :

- des intérêts moratoires, dont le taux 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 ;
- une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant de 40 euros.

Ce délai peut être suspendu dans les conditions décrites au décret cité ci-dessus, si le représentant du pouvoir adjudicateur constate que la demande de paiement ne comporte pas l'ensemble des pièces et des mentions prévues par la loi ou par le marché ou que celles-ci sont erronées ou incohérentes.

ARTICLE 13 – PAIEMENT DES SOUS-TRAITANTS

L'article 6 de l'Acte d'engagement ou l'acte spécial de sous-traitance indique les sommes qui seront réglées aux sous-traitants.

Les modalités et la procédure de paiement direct sont définies dans le code de la commande publique.

ARTICLE 14 – AVANCE

Sauf refus du titulaire dans l'acte d'engagement, une avance pourra être accordée dans les conditions définies aux articles R.2191-3 à R.2191-10 du code de la commande publique.

Aussi, sauf refus du titulaire mentionné dans l'acte d'engagement, une avance dont le taux est fixé à 5% sera versée au titulaire dans les conditions définies à l'article R.2197-7 du code de la commande publique. En cas de sous-traitance, l'avance sera versée, sur leur demande, aux sous-traitants bénéficiaires du paiement direct.

Pour les marchés publics passés par l'Etat, le taux de l'avance est porté à 10 % lorsque le titulaire du marché public ou son sous-traitant admis au paiement direct est une petite et moyenne entreprise mentionnée à l'article R.2151-13 du code de la commande publique.

En cas de sous-traitance, l'avance sera versée, sur leur demande, aux sous-traitants bénéficiaires du paiement direct. Conformément aux articles R.2191-11 et R.2191-12 du Code de la commande publique, le remboursement de l'avance, effectué par précompte sur les sommes dues ultérieurement à l'entrepreneur, commence lorsque le montant des prestations exécutées au titre du marché atteint ou dépasse 65% du montant initial. Le remboursement doit être terminé lorsque le montant des prestations exécutées atteint 80% du montant initial, toutes taxes comprises.

ARTICLE 15 – RETENUE DE GARANTIE

Il n'est pas prévu de retenue de garantie au titre du présent marché.

ARTICLE 16 – NANTISSEMENT OU CESSIION DE CRÉANCES

Sur demande expresse du titulaire, il lui sera remis une copie de l'original du contrat certifiée conforme et portant la mention « copie certifiée conforme à l'original » délivrée en unique exemplaire pour être remise à l'établissement de crédit en cas de cession ou de nantissement de créance.

Conformément à la loi n°81.1 du 2 janvier 1981 modifiée, la cession ou le nantissement de créance consenti sur la base du marché par un établissement de crédit doit être notifié au comptable public assignataire des paiements.

ARTICLE 17 – MODIFICATION EN COURS D'EXÉCUTION DU MARCHÉ

En application des dispositions de l'article 3.4.2 du CCAG-FCS, le titulaire est tenu de notifier immédiatement au représentant du pouvoir adjudicateur toutes modifications survenant au cours de l'exécution du marché et notamment celles qui se rapportent :

- aux personnes ayant le pouvoir d'engager l'entreprise,
- à la forme de l'entreprise,
- à la raison sociale de l'entreprise ou à sa dénomination,
- à son siège social,
- à son capital social,
- et généralement toutes les modifications importantes du fonctionnement de l'entreprise.

ARTICLE 18 – CONFIDENTIALITÉ ET ACTIONS DE COMMUNICATION

18.1 SECRET PROFESSIONNEL ET CONFIDENTIALITE

Le prestataire est tenu, ainsi que l'ensemble de son personnel et, le cas échéant, de ses sous-traitants, au secret professionnel et à l'obligation de confidentialité pour tout ce qui concerne les faits, informations, données, documents, études, dont il a ou aura eu connaissance au titre de l'exécution de cette réalisation.

Il s'interdit notamment toute communication écrite ou verbale sur ces sujets et toute remise d'informations et/ou de données sur quelque support que ce soit à des tiers, en dehors des dispositions prévues à cet effet dans le présent cahier des charges.

Le non-respect de ces dispositions est considéré comme une faute de nature à conduire l'établissement public du musée du Louvre à résilier le marché aux torts du prestataire et à ses frais et risques, sans préjudice des réparations éventuelles demandées par le musée du Louvre au prestataire, au titre de l'article 1384 du Code Civil.

18.2 CLAUSE DE CONFIDENTIALITE

Compte tenu du contexte particulier du musée du Louvre et notamment de l'aspect sensible des problèmes de sécurité et de sûreté, le titulaire et son personnel sont tenus au secret professionnel à l'égard de toute personne pour tout ce qui a trait aux renseignements qu'ils pourraient recueillir au cours de leur mission.

Le titulaire qui, à l'occasion de l'exécution du présent marché, a reçu du musée du Louvre communication, à titre confidentiel, de renseignements, documents ou objets quelconques, est tenu de maintenir la confidentialité attachée à cette communication.

Il ne doit divulguer aucune information qui résulte de l'exécution du marché ou pourrait parvenir à sa connaissance à l'occasion de celui-ci.

Le titulaire doit sans délai avertir la personne en charge de la conduite du marché de toute violation de l'obligation de confidentialité par l'un des membres de son personnel.

La responsabilité du titulaire peut être recherchée en cas de manquement aux consignes de la part de son personnel en matière de contrôle d'entrées ou de sorties des personnes, ainsi qu'en matière de contrôle de sorties de documents de toute nature, objets, matériels ou marchandises par ces mêmes personnes. Elle peut également être recherchée en cas de dissimulation, d'appréhension, de détournement ou de dissipation de toute information.

En cas de non-respect par le titulaire des obligations résultant du présent article, la personne représentant le pouvoir adjudicateur peut résilier le marché, sans préjudice du droit à dommages et intérêts pour le préjudice éventuellement subi, aux conditions de l'article 23 du présent CCP.

18.3 PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

18.3.1. Dispositions générales

Chaque partie au marché est tenue au respect des règles relatives à la protection des données à caractère personnel, auxquelles elle a accès pour les besoins de l'exécution du marché.

En cas d'évolution de la législation sur la protection des données à caractère personnel en cours d'exécution du marché, les modifications éventuelles demandées par le représentant du pouvoir adjudicateur, afin de se conformer aux règles nouvelles, donnent lieu à la signature, par les parties au marché, d'un avenant.

Les données à caractère personnel qui sont demandées au titulaire sont nécessaires pour assurer l'exécution du présent marché. Elles sont destinées au Musée du Louvre, 75058 Paris CEDEX 01, responsable du traitement et pourront être communiquées, pour ces mêmes finalités, aux personnes habilitées à en connaître au sein du Musée du Louvre, ainsi qu'à nos prestataires et partenaires. Ces données ne font l'objet d'aucun flux transfrontière.

Elles sont conservées pendant une durée de trois ans suivant la fin du marché.

Le titulaire bénéficie d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, d'opposition, d'un droit à la portabilité des informations qui vous concernent ainsi que d'un droit à la limitation des traitements que le titulaire peut

exercer en adressant un courriel à donneespersonnelles@louvre.fr ou en adressant un courrier au Musée du Louvre à l'adresse 75058 Paris CEDEX 01, en précisant ses coordonnées et en justifiant de son identité par tout moyen.

Le titulaire a également le droit, le cas échéant, d'introduire une réclamation auprès de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL), 3 Place de Fontenoy – TSA 80715 – 75334 PARIS CEDEX 07, autorité de contrôle en charge du respect des obligations en matière de données à caractère personnel.

Le délégué à la protection des données (DPO) de l'EPML est le cabinet d'avocats Alain Bensoussan Selas, 58 boulevard Gouvion-Saint-Cyr, 75017 Paris.

18.3.2. Le traitement des données essentielles du marché public

L'EPML est tenu de publier les données essentielles du présent marché sur son profil acheteur, conformément à l'article L. 2196-2 du Code de la commande publique, étant précisé que cette publication rend les données publiques.

A ce titre, l'identification du titulaire est obligatoirement publiée conformément à l'article R. 2196-1 du Code de la commande publique et à l'arrêté du 14 avril 2017 relatif aux données essentielles dans la commande publique.

18.3.3. Le traitement des données essentielles ayant le caractère de données personnelles

Dès lors que l'identification du Titulaire constituerait une donnée personnelle (au sens du règlement n°2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données et de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés), le traitement des données concernées sera réalisé conformément aux dispositions issues de ces mêmes textes.

La licéité du traitement est fondée sur l'obligation légale de publication des données essentielles du marché public, au sens des textes susvisés à l'article 5.2.2.1.

La finalité poursuivie par ce traitement correspond à la mise en conformité avec l'obligation de publication des données essentielles conformément à l'objectif de transparence dans les procédures de passation des marchés publics et à l'ouverture des données en commande publique. Seules les données nécessaires à la poursuite de cette finalité du traitement seront traitées.

Les données seront conservées pour une durée minimale de cinq ans après la fin de l'exécution du marché public sur le profil acheteur à l'exception des données essentielles dont la divulgation serait devenue contraire aux intérêts en matière de défense ou de sécurité ou à l'ordre public.

Les données traitées seront disponibles au public en ligne sur le profil acheteur de l'EPML (<https://www.marches-publics.gouv.fr>).

Le Titulaire prend à sa charge l'obligation d'information des personnes physiques dont il communique des données personnelles dans le cadre du présent marché. A titre d'information du titulaire, cela concerne notamment les éventuels contacts administratifs, financiers, ou personnes habilitées à engager juridiquement la personne morale. Cette obligation est étendue, si nécessaire, aux sous-traitants.

18.4 ACTIONS DE COMMUNICATION

Il est précisé que le titulaire peut organiser des actions de communication interne, clients, journalistes de presse écrite généraliste ou professionnelle, de radios ou télévisions, publicité spécialisée ou grand public sur ses réalisations au musée du Louvre, sous réserve de saisir l'établissement public du musée du Louvre par écrit quatre (4) semaines au moins avant toute action de communication. L'établissement public du musée du Louvre se réserve la possibilité d'accepter, de différer, de modifier ou de refuser l'action de communication souhaitée pour des raisons de sécurité ou de confidentialité que l'établissement public du musée du Louvre est seul à même d'évaluer.

ARTICLE 19 – OBLIGATION D'INFORMATION

Le titulaire s'oblige à informer sans délai l'administration de toute difficulté rencontrée dans la réalisation des prestations de nature à retarder ou à compromettre le déroulement du marché.

De plus, le titulaire s'engage à alerter l'administration sur les imprécisions ou les incohérences contenues dans les documents de travail remis par le musée du Louvre.

ARTICLE 20 – AGRÉMENT

Le titulaire du présent marché ne pourra en aucun cas se prévaloir d'un agrément de la personne publique, en particulier sur ses publicités, documents d'information et cartes de visites.

ARTICLE 22 – RESPONSABILITÉ ET ASSURANCES

Le titulaire est responsable de l'ensemble des prestations jusqu'à leur livraison et leur admission dans les locaux de l'administration. En aucun cas le titulaire ne peut se retrancher derrière la défaillance ou la faute de ses préposés, de ses sous-traitants, de ses transporteurs, de ses coursiers ou de ses fournisseurs pour atténuer ou supprimer sa responsabilité.

Le titulaire doit avoir souscrit un contrat d'assurance en cours de validité, auprès d'une compagnie notoirement solvable et agréée par le Ministère de l'Economie et des Finances, dont il produira l'attestation et la copie avant toute notification du marché, par dérogation à l'article 9 du CCAG-FCS.

La police d'assurance couvre :

- le recours de tiers contre l'Etablissement public du Musée du Louvre.
- les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile encourue en cas de dommages corporels et/ou matériels causés à l'occasion de l'exécution ou de la non-exécution des prestations (à l'égard des tiers, de l'Etablissement Public du Musée du Louvre, de tout organisme auprès duquel le titulaire est appelé à intervenir dans le cadre du marché).

Les polices d'assurances souscrites par le titulaire doivent notamment couvrir, sans exclusions de garantie, les dommages causés aux documents de toute nature confiés au titulaire pour l'exécution des prestations prévues au marché, comme des photographies, documents graphiques, partitions, traductions, reproductions, copies de sauvegarde nécessaires à l'exécution du marché.

Le titulaire fait son affaire des franchises éventuellement prévues dans les polices d'assurance qu'il a ou aura souscrites.

ARTICLE 23 – RÉSILIATION

Le marché pourra être résilié par le pouvoir adjudicateur dans les conditions prévues au Chapitre 7 « Résiliation » du CCAG-FCS, sous réserve des dispositions ci-dessous.

Outre les clauses de résiliation prévues aux articles 38 à 42 du CCAG-FCS, le pouvoir adjudicateur se réserve le droit de prononcer la résiliation du marché sans que le titulaire puisse prétendre à indemnité, dans les cas suivants :

- en cas d'inexactitude des renseignements fournis au pouvoir adjudicateur au titre des articles R. 2143-3 et R. 2143-6 du Code de la commande publique ou de non production, tous les six mois jusqu'à la fin de l'exécution du marché, et après une mise en demeure laissée infructueuse, des pièces prévues à l'article D. 8222-5 ou aux articles D. 8222-7 et D. 8222-8 du Code du travail, et ce, sans préjudice de poursuites ultérieures éventuelles ;
- En cas de violation du secret professionnel et des obligations de discrétion et de confidentialité tels que définis au présent document, et/ou lorsque le titulaire n'a pas pris les mesures de sécurité prévues au titre du présent marché.
- Dans tous les autres cas prévus au présent document.

Dans ces hypothèses, et en complément des dispositions du CCAG-FCS, la décision ne peut intervenir qu'après que le titulaire ait été informé de la sanction envisagée et invité à présenter ses observations écrites dans un délai minimum de trente (30) jours.

L'EPML peut, si le prestataire ne remplit pas les obligations que lui impose le présent contrat ou le CCAG-FCS, ou s'il les remplit de façon inexacte ou incomplète, de manière à compromettre les intérêts du service,

prononcer la résiliation du marché après mise en demeure, lui rappelant les points litigieux et lui demandant de remédier à ses défaillances dans le délai qu'elle fixe et qui ne peut être inférieur à trente (30) jours.

Le titulaire est tenu de présenter ses observations dans un délai de quinze jours.

La résiliation ne fait pas obstacle à l'exercice des actions qui pourraient être intentées contre le titulaire.

La résiliation du marché fait l'objet dans tous les cas d'un décompte de résiliation arrêté par l'établissement public du musée du Louvre et notifié au titulaire.

ARTICLE 24 – LANGUE, LITIGES ET COMPÉTENCE DES TRIBUNAUX

Les correspondances, les documentations, les prestations, les livrables, les comptes rendus, ainsi que les demandes de paiement relatives au marché sont rédigées en français (sauf demande expresse contraire de l'EPML). La langue utilisée pour l'exécution des prestations est le français.

La survenance d'un éventuel litige entre les parties ne dispense en aucun cas le titulaire de respecter ses obligations contractuelles. En particulier, elle ne l'autorise ni à interrompre l'exécution du marché, ni à suspendre cette exécution, ni à modifier la teneur de ses obligations.

En cas de litige, seul le droit français est applicable.

Conformément à l'article 46 du CCAG-FCS, le pouvoir adjudicateur et le titulaire s'efforceront de régler par voie amiable, notamment devant les comités consultatifs de règlement amiable prévus à l'article L.2197-3 du Code de la Commande Publique, les différends éventuels portant sur l'interprétation des stipulations du présent marché ou sur l'exécution des prestations, objet du présent marché.

Pour tout différend qui s'élèverait entre les parties, à défaut de solution amiable, la juridiction à saisir est le Tribunal Administratif de Paris, seul compétent pour statuer.

ARTICLE 25 – DÉROGATIONS AU CCAG-FCS

- L'article 8.1 du présent marché déroge à l'article 14 du CCAG-FCS.
- L'article 22 du présent marché déroge à l'article 9 du CCAG-FCS.