



Dossier de consultation

Marché de service

Type de procédure **Procédure adaptée**

Intitulé

Création graphique des maquettes et gabarits du site de l'Office de tourisme Intercommunal La Baule - Presqu'île de Guérande

Pièces du dossier :

Cahier des clauses techniques particulières

-

Table des matières

1.	Objet.....	3
2.	Contexte.....	3
2.1.	L'Office de tourisme Intercommunal La Baule Presqu'île de Guérande.....	3
2.2.	Les Destinations touristiques de Bretagne et la Destination Bretagne Loire Océan .	3
3.	Descriptif de l'existant	5
3.1.	Écosystème OTI La Baule Presqu'île de Guérande actuel	5
3.2.	Les outils UGC	6
4.	Le parcours client.....	6
5.	Détail des prestations	6
5.1.	Conception ergonomique et graphique du site web labuale-guerande.com.....	6
5.1.1	Consignes générales.....	6
5.1.2	Intentions graphiques	7
5.1.3	Consignes ergonomiques	8
5.1.4	Consignes concernant les gabarits	8
5.2.	Livrables.....	11
6.	Propriété des travaux	11
7.	L'organisation projet	11
8.	Planning	11
9.	Jugement des propositions.....	12
10.	Présentation des candidatures et des offres.....	12
11.	Règlement de la mission.....	12

1. Objet

L'objet du marché est la conception ergonomique et graphique de l'écosystème web de l'Office de tourisme La Baule - Presqu'île de Guérande avec un objectif d'ouverture du nouveau site <http://www.labaule-guerande.com/> pour fin 2018.

2. Contexte

2.1. L'Office de tourisme Intercommunal La Baule Presqu'île de Guérande

L'Office de Tourisme Intercommunal La Baule - Presqu'île de Guérande, créé en janvier 2017, est issu de la mise en application de la Loi NOTRe, « Nouvelle Organisation Territoriale de la République ». Il est issu du regroupement de onze offices de tourisme : La Baule, Guérande, Le Pouliguen, la Turballe, Piriac-sur-Mer, Mesquer-Quimiac, Pénestin, Saint-Lyphard, Brière, Saint-Molf et Assérac ainsi que du service tourisme de la Communauté d'Agglomération de la Presqu'île de Guérande - Atlantique (CAP Atlantique). Les onze anciens offices de tourisme étaient auparavant indépendants et à majorité associatifs. Ils ont été regroupés au sein d'une Société Publique Locale dénommée SPL Destination Bretagne Plein Sud. La SPL est une société de type société anonyme, mais dont le capital est détenu à 100% par les collectivités.

Organisme fédérateur pour l'ensemble des acteurs du tourisme du territoire, il s'est vu confier par ses actionnaires et en particulier par la Communauté d'Agglomération de Cap Atlantique comme missions générales d'accueillir, guider, organiser, coordonner, commercialiser et soutenir le développement et la promotion de l'économie touristique du territoire.

Le siège de la structure est basé 8 Place de la Victoire à La Baule. L'OTI regroupe neuf Bureaux d'Information Touristiques : Guérande, La Baule, Brière (Kerhinet), La Turballe, Piriac-sur-Mer, Le Pouliguen, Pénestin, Mesquer-Quimiac et Saint-Lyphard et deux Points d'Information Touristique saisonniers : à Assérac (plages de Pen Bé et Pont-Mahé) en juillet et août, et à Saint-Molf dans le bâtiment de la Mairie en été et pendant les vacances de Pâques.

Il est présidé par Jean-Pierre Branchereau, 4^{ème} vice-président de Cap Atlantique. Son Directeur est Damien Dejoie.

La commande porte bien sur le territoire de Cap Atlantique, périmètre plus restreint que l'étendue actuelle du site labuale-guerande.com. Il est cependant indispensable de prendre en compte les environnements touristiques qui l'entourent (cf. 2.2).

2.2. Les Destinations touristiques de Bretagne et la Destination Bretagne Loire Océan

Au sein d'une destination Bretagne, bien identifiée mais très concurrencée, les

Destinations touristiques bretonnes constituent des ensembles géographiques cohérents, qui peuvent dépasser les frontières administratives d'une région. L'enquête MORGOAT menée auprès des vacanciers a permis à la Région Bretagne de tracer une nouvelle carte des Destinations touristiques. Dix ensembles géographiques cohérents et identifiables. Avec cette nouvelle carte touristique voulue par la Région Bretagne, l'enjeu est de renforcer l'attractivité sur les marchés national et international, et de communiquer davantage sur la richesse et le charme spécifique de ces 10 univers.

Lancée en mars 2015, la Destination Bretagne Loire Océan est l'une d'entre elles. Située à cheval entre les Régions Bretagne et Pays de la Loire, sur trois départements : le Morbihan, l'Ille-et-Vilaine et la Loire-Atlantique, elle est composée de 10 Communautés de Communes :

- La Communauté d'Agglomération de Cap Atlantique,
- La Communauté de Communes du Pays de Redon,
- La Communauté de Communes du Pays de Pontchâteau – Saint-Gildas-des-Bois,
- La Communauté d'Agglomération de la Région Nazairienne et de l'Estuaire,
- La Communauté de Communes Estuaire et Sillon,
- La Communauté de Communes de la Région de Blain,
- La Communauté de Communes Sud Estuaire,
- La Communauté de Communes de Pornic,
- Une partie de la Communauté de Communes du Grand Fougeray,
- Une partie de la Communauté de Communes Arc Sud Bretagne.

Territoire d'eau, la Destination Bretagne Loire Océan présente de nombreux atouts : sur la façade atlantique, des stations balnéaires réputées, des ports de pêche et de plaisance animés, Saint-Nazaire et ses paquebots de croisière... et dans l'arrière-pays, un rétro littoral fait de cours d'eau, canaux et marais, dont le territoire du Parc naturel régional de Brière; un univers à part entière qui, de plus en plus, séduit les visiteurs. Cette Destination, c'est un peu aussi le midi de la Bretagne, ensoleillé et reposant où peuvent se pratiquer toutes activités nautiques et types de randonnée.

Entre stations littorales, fleuve et marais : de nombreux atouts à valoriser

Longue de 9 km, la baie de La Baule pourrait, symboliquement, incarner la nouvelle Destination. Mais la côte sauvage, au nord, et celle de Jade au sud, sont tout aussi attrayantes et prisées des visiteurs. Et puis, il y a aussi les ports de plaisance et les ports de pêche, les sports nautiques et la thalasso-thérapie...

Incontestablement, Bretagne Loire Océan surfe sur un tourisme balnéaire en progression constante.

Si la façade littorale « aimante » les visiteurs, ils sont de plus en plus nombreux à se passionner aussi pour l'arrière-pays, son patrimoine, ses canaux, marais et cours d'eau. En rentrant dans les terres, la région recèle de nombreux trésors de biodiversité : le Parc naturel régional de Brière, l'estuaire de la Vilaine et l'île aux Pies près de Redon, au nord, la baie de Bourgneuf et le Marais... breton, au sud. Ce patrimoine naturel a également été façonné par la main de l'homme comme le donnent à voir les marais salants de Guérande ou les nombreuses pêcheries implantées le long des cours d'eau et rivages.

Et puis il y a Saint-Nazaire, premier port de la façade atlantique sur l'estuaire du plus grand fleuve de France. Loin des sentiers battus, la ville invite à un tourisme original, davantage tourné vers l'histoire et le patrimoine industriel : direction Escal'Atlantic, pour embarquer au sein de la base sous-marine à bord de paquebots imaginaires, ou cap sur

l'Espadon pour un voyage à bord d'un sous-marin. Le tourisme industriel, c'est aussi la visite d'Airbus et l'assemblage d'une partie de l'A 380 ou celle des chantiers navals où naissent les plus grands paquebots du monde.

Les amateurs de vieilles pierres ne seront pas déçus non plus : l'histoire de la Bretagne est ici bien présente comme en témoigne, par exemple, la cité médiévale de Guérande, Ville d'Art et d'Histoire et les Petites Cités de Caractère du Croisic, de Piriac-sur-Mer ou de Batz-sur-Mer. Le patrimoine est aussi resté vivant et, au cœur de cette terre de festivals et de traditions, les fêtes celtiques tiennent toujours le haut du pavé.

Si la Destination est particulièrement adaptée aux vacances en famille et aux activités nature (randonnée, pêche, loisirs nautiques), il reste de nouvelles clientèles à conquérir, notamment à l'international. « Le midi de la Bretagne » bénéficie d'un ensoleillement privilégié, ce qui explique le grand nombre de résidences secondaires et de campings, mais l'hôtellerie de qualité, est en mesure de capter des primo-visiteurs, de passage pour affaires, ou en escale sur un séjour itinérant.

Le nouvel éco système devra être pensé en tenant compte de ce travail mené avec les partenaires et de l'ancrage particulier du territoire sur ce territoire de transition alliant la force de la Bretagne et la douceur de la Loire.

3. Descriptif de l'existant

Le site labaule-guerande.com a été ouvert en 2011. Il s'agissait d'une refonte de la première mise en ligne sous l'url www.presquiledegueerande.com datant d'août 2006.

Une seconde version a vu le jour en juin 2015. Le site actuel fonctionne avec le CMS Ingénierie intégrant les bases de données SIT et les modules de commercialisation (groupe, congrès, billetterie boutique) récemment consolidés en 2018.

3.1. Écosystème OTI La Baule Presqu'île de Guérande actuel

En raison du regroupement en janvier 2017 des 11 Offices de tourisme et du service tourisme de l'agglomération, l'OTI administre actuellement 11 url, pour certaines partagées avec d'autres collectivités auxquels s'ajoutent les versions étrangères des sites :

- Le site principal : <http://www.labaule-guerande.com> ,
- Le site pro : <http://pro.labaule-guerande.com/>
- Les sites communaux : <http://www.labaule.fr/> , <http://www.ot-guerande.fr/> ,
<http://www.piriac.net/> , <http://www.tourisme-lepouliguen.fr/> ,
<http://www.penestin.com/> , <http://www.mesquerquimiac.com/office-de-tourisme/> ,
<http://www.saint-lyphard.com/> , <http://www.tourisme-laturballe.fr/> ,
<http://www.parc-naturel-briere.com/fr/tourisme>

3.2. Les outils UGC

RÉSEAUX SOCIAUX

L'Office de tourisme La Baule Presqu'île de Guérande est présent sur plusieurs medias sociaux à destination du grand public.

Jusqu'à présent, la stratégie employée a été de poursuivre le maintien de chaque dispositif (plusieurs pages FB, comptes instagram, chaine youtube, ...) résultant de l'organisation des offices de tourisme avant leur fusion.

En parallèle, une réflexion globale est aujourd'hui initiée autour de la stratégie sociale media. Ce travail permettra de redéfinir notre présence et nos actions web social.

Réseaux et media sociaux grands publics sur le marché retenus pour la nouvelle stratégie :

- Facebook : [Office de tourisme La Baule - Guérande](#)
- Instagram : [labauleguerande](#)
- Youtube : [LaBauleGuerande](#)

4. Le parcours client

En matière de voyage, le parcours d'un client se répartit en 6 phases :

- inspiration : *je commence à songer à mes prochaines vacances*
- exploration : *J'ai besoin que l'on m'aide à trouver une idée de destination et le meilleur prix pour mon prochain voyage*
- achat / réservation : *je concrétise*
- préparation du séjour : *la réservation faite, je complète mes informations concernant mon séjour*
- séjour
- après le séjour : *je témoigne, laisse un avis*

Le nouveau site Labaule-guerande.com doit être conçu en tenant compte de ce parcours client.

L'organisation de l'information devra tenir compte de ce parcours visiteurs.

5. Détail des prestations

5.1. Conception ergonomique et graphique du site web labaule-guerande.com

5.1.1 Consignes générales

L'ergonomie et le graphisme du futur écosystème devront permettre de répondre aux attentes des visiteurs :

- en phase d'inspiration via de grands visuels, vidéos, carte, arborescence simplifiée, contenus éditoriaux magazine "chauds" et tagués par thématique...
- en phase de préparation de séjour ou en cours de séjour : via du contenu "offres" géolocalisé, qualifié par tag et personnalisé (système de recommandation)...

L'OTI attend du prestataire qui sera retenu :

- un accompagnement dans l'élaboration d'une arborescence simplifiée et évolutive
 - l'établissement de règles d'ergonomie et de principes de navigation (conception de story board)
- un document de charte graphique
- La production de gabarits, avec un travail de conception puis la réalisation des fichiers PSD sans découpage en lien avec la société Ingénierie qui se chargera de l'intégration au cms
 - les spécifications fonctionnelles liées aux gabarits créés
 - page accueil
 - page de rubrique niveau 1 (landing page)
 - page rechercher (moteur de recherche full text)
 - page offres : listing + cartographie
 - page offres : détail hôtel par ex
 - page éditoriale (cf. détails plus bas)
 - pages module Espace pro
 - page module actualités
 - page contenu rando
 - cartographie
 - page circuit

5.1.2 Intentions graphiques

Le graphisme proposé pour le site labaule-guerande.com devra :

- Reprendre les préconisations du carnet d'inspiration par l'OTI dans sa communication **tout en veillant cependant à la lisibilité des typographies proposées.**
- Véhiculer le positionnement et les promesses clients issus de ce carnet d'inspiration.

<http://pro.labaule-guerande.com/esprit-bretagne-plein-sud.html>

- Au-delà du carnet d'inspiration l'accent sera mis également sur une valorisation des caractéristiques aquatiques du territoire : omniprésence de l'eau sous toutes ses formes : littorale grande baie, criques rocheuses, marais salants, d'eau douce (Brière), rivière... Ces composantes aquatiques sont d'ailleurs schématisées dans la partie supérieure du logo de la structure.
- Concernant le positionnement marketing et les cibles de clientèles, la proposition s'appuiera sur l'étude de stratégie marketing réalisée cet hiver 2017 et consultable via le lien suivant : http://www.labaule-guerande.com/medias/images/info_pages/links-presentation-positionnement-strategique-bretagne-plein-sud-1514-1514.pdf

Le site devra être particulièrement sobre, élégant et laisser une grande place aux visuels.

Le graphisme doit valoriser le contenu du site, comme une sorte d'écran notamment pour

les vidéos et les photos.

Afin de séduire le visiteur, une place prépondérante sera accordée à l'image ou à la vidéo, notamment sur la homepage.

En raison de la réorganisation des Destinations locales, l'OTI souhaite faire évoluer son logo. Le prestataire devra proposer une évolution graphique de la partie carrée inférieure du logo de la structure en remplaçant le texte « Bretagne Plein Sud » par « La Baule Presqu'île de Guérande » et le texte plus petit « La Baule presqu'île de Guérande » par « Bretagne Loire Océan »

5.1.3 Consignes ergonomiques

L'OTI sera vigilant à l'ergonomie et l'usabilité du futur site, et notamment à la notion d'expérience utilisateur (UX Design). Ce travail ergonomique devra dès le départ être pensé en lien avec la Société Ingénierie qui développe la base de données SIT ainsi que les modules de commercialisation de l'OTI.

En termes d'ergonomie des gabarits, pour atteindre les objectifs du site, les candidats devront porter une attention particulière à :

- prendre en compte la notion de parcours client
- faciliter le maillage entre les pages, si possible par le biais des recommandations
- privilégier une valorisation complète des offres mettant en avant la réservation (ex modèle de présentation des offres sur le site Destination Pornic)
- prévoir sur les gabarits les fonctionnalités de navigation déployées classiquement sur les sites (ex. fil d'ariane...)

MOBILE FIRST (RESPONSIVE DESIGN)

Google a annoncé que ses algorithmes allaient privilégier la version mobile pour évaluer et classer les pages d'un site web. L'ergonomie et les gabarits proposés devront être conçus dans une logique de Mobile First.

ACCESSIBILITÉ

Le candidat devra démontrer son expertise dans la mise en œuvre d'un site accessible, le site devant garantir une totale accessibilité aux personnes handicapées, conformément aux dispositions de l'article 47 de la loi n°2005-102 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées. Le Référentiel Général pour l'Accessibilité des Administrations (RGAA), établi par la Direction Générale de la Modernisation de l'Etat (DGME), fixe les modalités techniques de mise en œuvre de cette accessibilité pour ce qui concerne le canal Web. Le site doit respecter ces normes et pouvoir faire l'objet d'une déclaration de conformité à la date de sa mise en production. Le prestataire s'engage à vérifier cette conformité en effectuant des tests associés aux points de contrôle définis dans le RGAA.

5.1.4 Consignes concernant les gabarits

HOMEPAGE

La page d'accueil accordera une large place aux visuels.

Les enjeux du nouveau site labuale-guerande.com seront aussi de :

- Faciliter la compréhension des limites du territoire et son lien avec ses partenaires voisins de la destination Bretagne Loire Océan (lien vers la future landing page de la [destination BLO](#))
- Capitaliser sur l'offre locomotive tout en mettant en lumière l'ensemble de l'offre
- Permettre à l'offre locale d'être visible et lisible, malgré la fusion des sites des

L'OTI réfléchit actuellement aux contenus qu'il souhaite mettre en avant sur la homepage. Cela sera discuté avec le candidat retenu lors des réunions de travail consacrées au graphisme.

ARBORESCENCE SIMPLIFIÉE

L'arborescence du futur site devra être simplifiée et évolutive. Elle devra être suffisamment souple pour permettre de créer un nombre important de nouvelles pages sans être bridé par une arborescence rigide.

LANDING PAGES ET PAGES ÉDITORIALES

Les gabarits commandés dans le cadre de cette consultation devront pouvoir intégrer : des blocs textes, photo, vidéo, citation...

Exemple intéressant de [landing page Golf sur Visit Scotland](#)

CARTOGRAPHIE

L'OTI estime qu'une carte est un outil incontournable de découverte du territoire et de navigation sur le site. Il attend des candidats une proposition en ce sens pour permettre une navigation et une valorisation des particularités du territoire. Voici quelques exemples intéressants : [Noirmoutier](#) - [Nouvelle Zélande](#) - [Visit scotland](#)

VIDEOS

Le candidat devra également préciser son point de vue concernant la valorisation de la vidéo sur la homepage, dans les pages intérieures voire dans un espace dédié.

OFFRES TOURISTIQUES

L'ergonomie et le graphisme du listing d'offres devront s'appuyer sur les standards en la matière en lien avec les possibilités offertes par la Bdd Ingénie (ex. [Destination Pornic...](#)) Concernant la "fiche détail" offre, la taille des visuels devra s'appuyer sur les formats actuels afin de ne pas avoir à retailler l'ensemble des visuels.

INTÉGRATION DES CONTENUS UGC

Le prestataire devra proposer des solutions pertinentes pour associer contenus institutionnels et contenus provenant des utilisateurs. Les gabarits proposés devront intégrer cette dimension.

LANGUES ÉTRANGÈRES

Le site labaule-guerande.com existe en plusieurs langues. Le prestataire prendra en compte cette donnée dans la réalisation de la charte graphique. Elle doit pouvoir être facilement déclinable en langues étrangères. Les gabarits proposés devront intégrer les boutons pour le passage d'une langue à l'autre (français, anglais, allemand).

CIRCUITS ET CONTENUS THEMATIQUES

L'OTI souhaite développer des contenus de type "2 jours / 3 jours / 1 semaine" ou encore des circuits thématiques ex. "Sur les traces de Chateaubriand...".

Voici quelques exemples intéressants : [Les sentiers des châteaux d'Ecosse](#) - [Route Côtière Highway 17](#)

Un gabarit spécifique devra être proposé pour ce type de contenu.

RESERVATION EN LIGNE

La réservation en ligne est possible sur le site actuel labaule-guerande.com pour les hébergements. Un moteur « réserver » se trouve actuellement sur la home page et est visible sur l'ensemble des pages. Il devra être revu en lien avec la société Ingénie qui

déploie l'intégration des fonctionnalités de réservation pour répondre à une ergonomie plus actuelle (ex : <https://www.pornic.com/>). Ces éléments seront à prendre en compte dans la proposition graphique et ergonomique.

MOTEUR DE RECHERCHE FULL TEXT

Celui-ci sera affiché sur toutes les pages et permettra aux internautes de faire une recherche sur tout le site sans exception.

L'UGC

L'Office de tourisme souhaite que des contenus produits par les utilisateurs aient une place importante sur son nouveau site labaule-guerande.com. Il souhaite les intégrer à tous les niveaux du site, selon 2 approches :

- L'UGC COMME ÉLÉMENT DE DÉCOUVERTE / CONQUÊTE

L'OTI souhaite utiliser l'UGC comme outil de découverte pour le visiteur. A ce titre, l'initiative de [nova scotia](#), qui propose une entrée via des contenus instagram pour atterrir sur des contenus institutionnels, est une approche intéressante.

L'OTI souhaite s'en inspirer et proposer une rubrique découverte qui présenterait un mur de photos inspirational.

- L'UGC COMME ÉLÉMENT DE RASSURANCE

L'OTI souhaite pouvoir associer des contenus utilisateurs à ses différents contenus (éditoriaux, fiche offres), dans une optique de crédibilisation des contenus et de rassurance des visiteurs.

- **INTÉGRATION DES AVIS CONSOMMATEURS**
- **INTÉGRATION DES CONTENUS DE RÉSEAUX SOCIAUX**

FORMULAIRE D'INSCRIPTION À LA NEWSLETTER

L'Office de tourisme Intercommunal souhaitant accroître le nombre d'abonnés à sa newsletter, le formulaire d'inscription devra être mieux valorisé qu'il ne l'est actuellement.

CRÉATION D'UN COMPTE

CARNET DE VOYAGE

BROCHURES EN LIGNE

Webcams / météo / marées

AGENDA

L'agenda est une des principales demandes des visiteurs dans leur parcours client. Il est important de lui réserver une visibilité importante sur la homepage.

SITE PRO

Un espace dédié aux professionnels est actuellement développé sur le site labaule-guerande.com. Accessible en haut de page, il pourra être replacé dans le footer du site (<http://www.broceliande-vacances.com/espace-pro>). Cet espace est ouvert (pas de code d'accès) et comprend plusieurs rubriques : photothèque et vidéothèque (visionneuse

+téléchargement), deux rubriques "fichiers à télécharger" et deux rubriques "textes/actualités". Une déclinaison de gabarit est à prévoir pour cet espace.

5.2. Livrables

Les livrables attendus sont les suivants :

- Conseils en communication et marketing digital
- Conseils en arborescence
- Réalisation des wireframings
- Conception webdesign RWD des PSD
- Fourniture de fichiers Photoshop

6. Propriété des travaux

L'ensemble des documents et données fournis sera propriété de l'OTI La Baule Presqu'île de Guérande, libre de droits de reproduction et de diffusion sans contrepartie financière. L'OTI est dépositaire de l'intégralité de la propriété des droits d'auteur et des droits d'exploitation sur tout support, présent ou à venir, de l'ensemble des contenus rendus disponibles sur les sites.

La totalité des éléments graphiques (images, gabarits, feuilles de style) constitutifs de l'habillage du site, de même que tout autre contenu créé, modifié et publié par le prestataire, dans le cadre de la présente consultation, devront respecter cette règle, y compris lorsqu'il s'agit d'un contenu original ou adapté issu d'un tiers.

Les fichiers sources finaux ayant été utilisés seront mis à disposition de l'OTI sur support numérique de manière à lui garantir le plein exercice de ses droits de propriété.

7. L'organisation projet

Au sein de l'OTI La Baule Presqu'île de Guérande, le projet s'appuiera sur l'organisation suivante :

Damien DEJOIE – Directeur de l'Office de Tourisme La

Baule Presqu'île de Guérande 02 40 24 34 41

– damien.dejoie@bretagne-plein-sud.fr

Anne-Laure Blouët – Directrice du Pôle

Développement, Chargée du projet 07 60 73 49 04

anne-laure.blouet@bretagne-plein-sud.fr

8. Planning

Les réponses sont attendues pour le 30 août, 12h et devront être adressées par courrier à l'attention de Monsieur le Président
SPL Destination Bretagne Plein Sud
8 Place de la Victoire
44500 La Baule

Et par voie numérique à l'adresse suivante : anne-laure.blouet@bretagne-plein-sud.fr

L'OTI La Baule Presqu'île de Guérande se laisse la possibilité de rencontrer un ou plusieurs candidats lors d'une audition qui se déroulera le 3 septembre à partir de 9h au siège de la structure à La Baule.

La transmission des gabarits pour intégration auprès de la Société Ingénierie devra se faire le 24/09/2018 pour une mise en ligne du nouveau site fin décembre 2018.

9. Jugement des propositions

Le marché est attribué au candidat dont l'offre apparaît comme étant économiquement la plus avantageuse (art. 53 du CMP) au regard des critères pondérés suivants :

Valeur technique de l'offre	40%
Références du candidat	30%
Adéquation de l'offre aux exigences ergonomiques du cahier des charges	40%
Capacité à répondre à la demande (moyen techniques et humains)	30%
Coût de la prestation demandée	40%
Calendrier de la réalisation proposé	20%

10. Présentation des candidatures et des offres

Le candidat devra transmettre un dossier comprenant des éléments suivants :

- une liste de références proches ou équivalentes et récentes.
- une proposition financière détaillée ;
- le contenu argumenté de la proposition, la méthodologie et le calendrier proposé ;
- un RIB.

11. Règlement de la mission

Prix du marché

Le prestataire doit présenter un prix forfaitaire global et détailler ce prix en prix unitaires.

Ces prix devront comprendre l'ensemble des réunions et frais de déplacements prévus par le prestataire. Cependant, l'OTI La Baule Presqu'île de Guérande est susceptible de programmer une ou plusieurs réunion(s) supplémentaire(s). Le prestataire proposera donc un prix unitaire par réunion complémentaire dans son offre.

Factures

Les factures seront établies porteront les mentions légales ainsi que la prestation effectuée et seront établies à l'ordre de la Société Publique Locale Bretagne Plein Sud, 8 Place de la Victoire 44500 La Baule.

Pénalités de retard

En cas de retard dans la livraison de la prestation par le fait du prestataire, celui-ci encourt,

des pénalités fixées à 100,00 € H.T. par jour de retard avec un plafond égal au montant total HT du marché.

Résiliation du marché

Tout manquement de l'une ou l'autre des parties aux obligations qu'elle a en charge en application du présent marché, en particulier quant au respect du calendrier de réalisation des prestations, entraînera la résiliation de plein droit du marché si bon semble au créancier de l'obligation inexécutée. La résiliation interviendra quinze jours après mise en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception demeurée sans effet, sans préjudice de tous dommages et intérêts.