

CONTRAT-CADRE DE DESTINATION

« NORMANDIE - PARIS ILE-DE-FRANCE : DESTINATION IMPRESSIONNISME »

ARCHITECTURE DU CONTRAT-CADRE

Les contractants

1- Préambule

2- Les caractéristiques rendant la destination attractive

- A) *L'Impressionnisme a une dimension nationale, une dimension européenne et une dimension mondiale*
- B) *En Normandie comme en Ile-de-France, la « destination Impressionnisme » offre aux touristes des expériences et des découvertes incomparables, dont beaucoup sont déjà programmées par les tour-opérateurs français et internationaux*
- C) *Une destination très facilement accessible*
- D) *Une offre d'hébergements et de services remarquable*

3- Les actions de rapprochement déjà amorcées entre les acteurs en termes de moyens et de réflexion stratégique

4- La volonté des contractants de s'engager dans une démarche commune pour accroître la reconnaissance internationale de la destination et pour renforcer et structurer l'offre autour d'une marque reconnue

5- Les objectifs

6- Les engagements des signataires

Axe 1 – Faire émerger et vivre la communauté des acteurs

Axe 2 – Structuration/ingénierie de l'offre

- 2.1 *Développer l'ensemble de l'offre et plus particulièrement l'itinérance entre les sites*
- 2.2 *Soutenir la professionnalisation des acteurs de la destination*
- 2.3 *Améliorer l'accueil*
- 2.4 *Animer et coordonner l'offre événementielle*

Axe 3 – Marketing et promotion

- 3.1 *S'accorder sur la définition du message, de la marque et du logo*
- 3.2 *Développer un ensemble d'outils de communication homogènes à l'échelle de la destination*
- 3.3 *Mettre en tourisme les expositions sur l'Impressionnisme qui se dérouleront sur le territoire de la destination, ailleurs en France ou dans le monde*
- 3.4 *Renforcer les actions de promotion et de communication en s'appuyant notamment sur le Festival Normandie Impressionniste 2016*

Axe 4 : Développer une stratégie digitale

Axe 5 : Intelligence économique

7- Organisation du pilotage du projet

- 7.1 *L'assemblée des Partenaires signataires*
- 7.2 *Le Comité de pilotage*
- 7.3 *Les Comités techniques*
- 7.4 *Les groupes-projets*
- 7.5 *Administration*

8- Les Financements et le tableau du budget prévisionnel

9- Annexe aux Clauses contractuelles

CONTRAT-CADRE DE DESTINATION

« NORMANDIE - PARIS ILE-DE-FRANCE : DESTINATION IMPRESSIONNISME »

LES CONTRACTANTS

L'Etat, représenté par

- Laurent Fabius, Ministre des Affaires étrangères et du Développement international
- Matthias Fekl, Secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur, de la Promotion du tourisme et des Français de l'étranger
- Carole Delga, Secrétaire d'État chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Économie sociale et solidaire

Le GIE Atout France, représenté par Monsieur Christian Mantei, Directeur Général

La Région Basse-Normandie, représentée par Monsieur Laurent Beauvais, Président

La Région Haute-Normandie, représentée par Monsieur Nicolas Mayer-Rossignol, Président

La Région Ile-de-France, représentée par Monsieur Jean-Paul Huchon, Président

Le Conseil Général du Calvados, représenté par Monsieur Jean-Léonce Dupont, Président

Le Conseil Général de l'Eure, représenté par Monsieur Jean-Louis Destans, Président

Le Conseil Général de la Manche, représenté par Monsieur Jean-François Le Grand, Président

Le Conseil Général de Seine-Maritime, représenté par Monsieur Nicolas Rouly, Président

La Métropole Rouen Normandie, représentée par Monsieur Frédéric Sanchez, Président

La Communauté de l'Agglomération havraise (CODAH), représentée par Monsieur Edouard Philippe, Président

La Ville d'Auvers-sur-Oise, représentée par Madame Isabelle Mézières, Maire

La Ville de Caen, représentée par Monsieur Joël Bruneau, Maire

La Ville de Dieppe, représentée par Monsieur Sébastien Jumel, Maire

La Ville de Fontainebleau, représentée par Monsieur Frédéric Valletoux, Maire

La Ville de Giverny, représentée par Monsieur Claude Landais, Maire

La Ville du Havre, représentée par Monsieur Edouard Philippe, Député-Maire

La Ville de Honfleur, représentée par Monsieur Michel Lamarre, Maire

La Ville de Rouen, représentée par Monsieur Yvon Robert, Maire

La Ville de Yerres, représentée par Monsieur Nicolas Dupont-Aignan, Maire

Le Comité Régional de Tourisme de Normandie, représenté par Monsieur Raphaël Chauvois, Président

Le Comité Régional de Tourisme Paris Ile-de-France, représenté par Monsieur Gérard Feldzer, Président

Le Comité Départemental de Tourisme du Calvados, représenté par Monsieur Paul Chandelier, Président

Le Comité Départemental de Tourisme de l'Essonne, représenté par Monsieur Paul Da Silva, Président

Le Comité Départemental de Tourisme de l'Eure, représenté par Monsieur Claude Béhar, Président

Le Comité Départemental de Tourisme des Hauts-de-Seine, représenté par Monsieur Vincent Franchi, Président

Le Comité Départemental de Tourisme de la Manche, représenté par Monsieur Jean-Marc Julienne, Président

Le Comité Départemental de Tourisme de Seine-Maritime, représenté par Monsieur Jean-Yves Merle, Président

Le Comité Départemental de Tourisme de Seine-et-Marne, représenté par Monsieur Lionel Walker, Président

Le Comité Départemental de Tourisme du Val d'Oise, représenté par Monsieur Gérard Lambert-Motte, Président

Le Comité Départemental de Tourisme des Yvelines, représenté par Monsieur Henri-François de Breteuil, Président

Le Château d'Auvers (SEM), représenté par Monsieur Gérard Lambert-Motte, Président

Le Festival Normandie Impressionniste, représenté par Monsieur Pierre Bergé, Président

La Fondation Monet, représentée par Monsieur Hughes Gall, Président

L'Institut Van Gogh, représenté par Monsieur Dominique-Charles Janssens, Président

Le MDIG-Musée des impressionnismes Giverny représenté par Monsieur Jean-Louis Destans, Président

Le Musée d'Orsay et le Musée de l'Orangerie, représentés par Monsieur Guy Cogeval, Président de l'Etablissement Public

L'association « Peindre en Normandie », représentée par Monsieur Laurent Beauvais, Président

La société « Les Vedettes de Paris » (SAS), représentée par Monsieur Frédéric Avierinos, Directeur Général

La société « 4 roues sous 1 parapluie » (SAS), représentée par Monsieur Florent Dargnies, Président

La Maison du Tourisme Normandie-Giverny, représentée par Monsieur Gérard Volpatti, Président

La Fédération Régionale des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative d'Ile-de-France, représentée par Monsieur Alain Bertet, Président

L'Office de Tourisme de Bougival, représenté par Monsieur Jean-Jacques Dussaussois, Président

L'Office de Tourisme du Pays des Impressionnistes, représenté par Monsieur Patrick Ozanne, Président

Le Syndicat d'Initiative de Montmartre, représenté par Madame Sylvie Fourmond, Présidente

1- PREAMBULE

Tous les publics, dans le monde entier, aiment les Impressionnistes. Leurs tableaux suscitent l'émerveillement et donnent du bonheur. Ce sont des peintres facilement abordables, aussi bien par les adultes que par les scolaires, aussi bien par les touristes français que par les touristes étrangers, sur les marchés européens comme sur les marchés les plus lointains. Leurs toiles sont connues dans le monde entier et exposées dans les plus grands musées. Les expositions impressionnistes attirent partout des centaines de milliers de visiteurs.

Cette peinture est née sous les ciels incomparables de Normandie, sur la Côte d'Albâtre, au long de la vallée de la Seine, de part et d'autre de l'estuaire, le long de ses rivages lumineux et de ses vallées verdoyantes. Si la Normandie toute entière a été terre d'inspiration pour les peintres impressionnistes, Paris et l'Ile-de-France l'ont été aussi et ont permis à ce mouvement de grandir, de s'affirmer et de conquérir le monde.

Les liens ainsi tissés par l'Impressionnisme entre la Normandie et l'Ile-de-France sont innombrables. S'il ne fallait prendre qu'un seul exemple, on rappellerait que l'Impressionnisme tire son nom du tableau de Claude Monet *Impression, soleil levant* peint au Havre en 1872 et présenté à Paris lors de la première exposition collective, en 1874.

Cette histoire offre aux touristes d'aujourd'hui quantité de découvertes et d'expériences à vivre là où ces « peintres du bonheur » ont tant aimé poser leur chevalet : les musées bien sûr qui présentent leurs chefs d'œuvre, les villages d'artistes où ils se retrouvaient, les paysages qu'ils ont peints, des randonnées, circuits, croisières ou spectacles, des excursions, des séjours, un ensemble d'offres d'une très grande richesse.

La France avec la Normandie, Paris et l'Ile-de-France -et d'autres sites sur le territoire national- a donc le privilège d'être pour le monde entier « la Destination Impressionniste », une destination qui est l'une des marques touristiques les plus fortes de la France parce que la notoriété de cette thématique est mondiale et qu'elle attire de partout un nombre croissant de visiteurs et d'amateurs d'art.

Le présent Contrat-Cadre de Destination définit le dispositif suivant lequel les Partenaires signataires ont décidé de se mobiliser ensemble et de mutualiser leurs ressources afin de structurer, renforcer et promouvoir l'offre touristique impressionniste, l'une des plus belles offres mondiales du tourisme français.

2- LES CARACTERISTIQUES RENDANT LA DESTINATION ATTRACTIVE

La légitimité de la candidature de la Normandie et de l'Ile-de-France se fonde sur la richesse des offres culturelles et touristiques, sur la force des événements et sur la notoriété de ce territoire pour la thématique impressionniste, mais aussi sur la volonté partagée entre les signataires de porter un projet collectif et de le faire vivre grâce à un réseau d'acteurs qui, pour la première fois, disposeront d'un dispositif permettant le dialogue, les échanges, la mutualisation des moyens à l'échelle de la destination.

La force de la candidature de la Normandie et de l'Ile-de-France se fonde aussi sur la puissance de la destination Paris Ile-de-France, 1^{ère} destination mondiale avec 32,4 millions d'arrivées dont 15,5 millions de clients internationaux.

A) L'Impressionnisme a une dimension nationale, une dimension européenne et une dimension mondiale

Une dimension nationale : la « destination impressionniste » réunit l'Ile-de-France et la Normandie. C'est là que l'Impressionnisme est né et a grandi.

Avec *Impression, soleil levant*, peint au Havre en 1872 et présenté à Paris, lors de la première exposition collective, en 1874, un tableau de Claude Monet donne son nom à l'Impressionnisme. A sa suite, tous ses amis viennent peindre sur les côtes normandes et le long de la Seine. Des colonies d'artistes étrangers s'installent dans la région : les Russes à Veules les Roses, les Américains à Giverny. Des "écoles" se créent à Rouen et au Havre.

Si la Normandie toute entière a été terre d'inspiration pour les peintres impressionnistes, Paris et l'Ile-de-France l'ont été aussi et ont permis à ce mouvement de grandir, de s'affirmer et de conquérir le monde.

Les liens ainsi tissés par l'Impressionnisme entre la Normandie et l'Ile-de-France sont innombrables. Corot naît à Paris, fait ses études à Rouen et sera l'un des premiers peintres à travailler à Barbizon ; Jean-François Millet naît dans le Cotentin, vit à Cherbourg puis au Havre mais s'installe à Barbizon où il vivra jusqu'à sa mort ; Claude Monet naît à Paris mais passe sa jeunesse au Havre où il peindra, plus tard, « *Impression, soleil levant* », monte régulièrement à Paris rencontrer ses marchands, s'installe à Argenteuil puis à Vétheuil avant de vivre 43 années à Giverny ; Pissarro vivra à Paris, Pontoise et Eragny-sur-Epte ; Renoir vit à Paris et passe ses étés sur la Côte d'Albâtre.

Tous les peintres se retrouvent régulièrement en Normandie, à la ferme Saint-Siméon sur les hauteurs de Honfleur ou à Dieppe, à Giverny et à Paris, chez Nadar ou au café Guerbois.

Et comment imaginer, aujourd'hui, un tour-opérateur qui ne lierait pas *les Nymphéas* de l'Orangerie avec le jardin de Claude Monet à Giverny ? Ou *les Cathédrales* du Musée d'Orsay avec celle du Musée des Beaux-Arts de Rouen,... et avec la cathédrale elle-même ?

Une dimension européenne : l'Impressionnisme n'est pas apparu un jour par hasard. Il s'inscrit dans une longue histoire artistique qui traverse l'Europe, démarre avec la peinture hollandaise, se développe avec l'école anglaise du paysage qui, à son tour, favorise l'éclosion d'une école française du paysage bientôt fervente adepte de la peinture en plein-air, sur les côtes normandes, en forêt de Fontainebleau à Barbizon, dans les vallées de la Seine et de l'Oise.

Cette dimension européenne de l'Impressionnisme fonde la candidature auprès du Conseil de l'Europe des trois collectivités normandes réunies dans le « 276 » : la Région Haute-Normandie, le Département de l'Eure, le Département de la Seine-Maritime. La candidature vise à faire labelliser un « *Itinéraire culturel européen* » associant, dans un premier temps, les Pays-Bas, l'Angleterre et la France.

Des initiatives ont également été prises par un ensemble de collectivités et d'associations adhérentes à « *Eau & lumière* » présentant « la Route des impressionnistes en Europe[®] » associant la Slovénie, l'Italie, l'Espagne ainsi que les Pays-Bas et l'Angleterre.

Cette dimension européenne de l'Impressionnisme s'exprime aussi à travers le développement du « *réseau Van Gogh Europe* » qui se déploie en France, aux Pays-Bas et en Belgique, et dont le CRT Paris Ile-de-France est membre.

Une dimension mondiale : cette histoire est écrite par des géants de l'histoire de l'art connus dans le monde entier : Manet, Courbet, Boudin, Monet, Pissarro, Caillebotte, Degas, Renoir, Berthe Morisot, Mary Cassatt, Jongkind, Cézanne, Toulouse-Lautrec, Signac, Seurat, Gauguin, Van Gogh,...

Leurs tableaux sont visibles à Paris et en Normandie bien sûr, mais aussi dans les plus grands musées du monde, à Londres, Amsterdam, New-York, Saint-Pétersbourg, Tokyo,...

Chaque année, dans le monde entier, les expositions impressionnistes attirent des foules considérables, qui se comptent en centaines de milliers de visiteurs.

B) En Normandie comme en Ile-de-France, la « destination Impressionnisme » offre aux touristes des expériences et des découvertes incomparables, dont beaucoup sont déjà programmées par les tour-opérateurs français et internationaux

Des offres culturelles et historiques

- une offre muséale exceptionnelle à Paris et en Normandie -où se trouvent les plus riches collections de province- avec des tableaux célèbres dans le monde entier ;
- des lieux où les peintres ont vécu et qui sont désormais ouverts à la visite, tels la maison et les jardins de Claude Monet à Giverny ou la maison de Jean-François Millet à Gréville-Hague, la chambre de Van Gogh (ainsi que sa tombe) à Auvers-sur-Oise, les villages d'artistes, Honfleur, Etretat, La Bouille, Giverny, Barbizon, Chatou, Auvers-sur-Oise,...
- des sites, promenades et itinéraires aménagés avec dispositifs d'interprétation, là où les peintres ont posé leur chevalet, sur les falaises, plages, bords de Seine, villages et paysages des campagnes de Normandie et d'Ile de France ;
- des galeries d'art et des artistes contemporains.

Des offres événementielles

- un événement, le Festival Normandie impressionniste, très attendu tous les 3 ans, qui offre durant quatre mois près de 600 événements, au-delà d'exceptionnelles expositions de peinture ;
- des expositions temporaires prestigieuses au Musée d'Orsay, au Musée de l'Orangerie, au Musée Marmottan-Monet, au Musée des Impressionnistes de Giverny, à Dieppe, au Havre, à Rouen, à Caen, à Honfleur,...
- des sons et lumières, comme à Rouen.

Des itinéraires et itinérances autour de la thématique impressionniste

- des promenades pédestres, libres ou accompagnées, là où les peintres ont posé leur chevalet ;
- des chemins impressionnistes illustrés de tables de lecture, comme en Seine-Maritime ou dans les villages d'artistes d'Ile-de-France ;
- des circuits à vélo aménagés ;
- des croisières sur la Seine ;
- des promenades en bateau sur la Seine et sur l'Oise.

C) Une destination très facilement accessible avec les aéroports et les gares d'Ile-de-France ouverts sur le monde, avec les ports normands ouverts sur l'Angleterre, avec les ports de croisières de Cherbourg, du Havre, de Honfleur et de Rouen, avec l'autoroute A13, avec les liaisons ferroviaires au départ de la gare Saint-Lazare,...

D) Une offre d'Offices de tourisme, d'hébergements et de services remarquable

Au-delà des musées et des acteurs culturels, la « Destination Impressionnisme » est riche de toute l'économie touristique de Paris, de l'Ile-de-France et de la Normandie : un réseau d'Offices de tourisme à la fois très présent et très professionnel, les très importants parcs d'hébergements et de restauration de Paris, d'Ile-de-France et de Normandie, les guides et conférenciers, les agences réceptives, les opérateurs de croisières,... tout un ensemble de professionnels particulièrement reconnus et très impliqués dans les démarches-qualité nationales et régionales, au professionnalisme indiscutable.

3- LES ACTIONS DE RAPPROCHEMENT DÉJÀ AMORCÉES ENTRE LES ACTEURS EN TERMES DE MOYENS ET DE RÉFLEXION STRATÉGIQUE

L'Impressionnisme bénéficie d'un soutien puissant de l'Etat et des Collectivités locales qui apportent leur soutien financier pour la réalisation des équipements culturels, l'organisation des grands événements, expositions ou festivals et pour la promotion touristique. **Le Ministère de la Culture et de la Communication** participe activement au développement du tourisme culturel au travers de la valorisation du patrimoine par l'attribution de labels, du contrôle scientifique et technique et de l'aide au financement des travaux sur les monuments historiques, de la conservation et du financement de travaux sur les monuments historiques appartenant à l'Etat et affectés au Ministère, du conseil et de l'aide aux projets dans les domaines des musées et de la création, de la sensibilisation du public aux patrimoines, de la diffusion de l'information et de la connaissance.

Depuis de nombreuses années, **le Département de l'Eure et le Département de Seine-Maritime** ont fait de l'Impressionnisme une priorité fondamentale de leurs stratégies départementales et de leurs *Schémas départementaux de développement du tourisme*. Ces Départements ont pris l'initiative de projets très forts qu'ils portent avec le soutien des autres Collectivités, comme la création de l'EPCC du Musée des impressionnistes Giverny ou la création de la Maison du Tourisme Normandie-Giverny (**Département de l'Eure**), comme la mise en place et la promotion d'un réseau complet de tables de lecture « *Chemins impressionnistes* » (**Département de Seine-Maritime**).

En 2009, le *Schéma interrégional de développement du tourisme en Normandie* adopté par **les deux Régions normandes** a posé l'Impressionnisme comme l'une des deux filières régionales prioritaires.

En Basse-Normandie, à Caen, la Région soutient très activement, depuis l'origine, **la collection « Peindre en Normandie »**, en abrite la présentation permanente et permet sa circulation dans le monde. **La Région Haute-Normandie** soutient les investissements dans l'Eure et en Seine-Maritime, et le Festival Normandie Impressionniste.

La Région Ile-de-France a initié la mise en place du Train direct Paris Gare du Nord-Auvers-sur-Oise ; à Paris, **le Musée d'Orsay** a mené de vastes travaux de rénovation ; des investissements importants ont également été réalisés, notamment à **Auvers-sur-Oise** et à **Barbizon**.

En 2010 et 2013, **les deux premières éditions du Festival Normandie Impressionniste**, ont représenté pour les Collectivités fondatrices, un véritable choix stratégique et financier. Le premier Festival a accueilli 1 million de visiteurs en 2010 et le second 1,8 million en 2013. La troisième édition du Festival aura lieu en 2016.

La dimension européenne de l'Impressionnisme fonde la candidature auprès du Conseil de l'Europe des trois collectivités normandes réunies dans le « 276 » : la Région Haute-Normandie, le Département de l'Eure, le Département de la Seine-Maritime. La candidature vise à faire **labelliser un « Itinéraire culturel européen »** associant, dans un premier temps, les Pays-Bas, l'Angleterre et la France.

Le CRT Paris Ile-de-France participe au développement du « **réseau Van Gogh Europe** » qui se déploie en France, aux Pays-Bas et en Belgique.

Partout, les communes et regroupements de communes soutiennent les investissements de leur musée et de leur Office de tourisme sur cette thématique, et leur fonctionnement.

Une première convention de partenariat a été signée le 15 juillet 2012 pour la promotion des offres touristiques liées à l'impressionnisme entre le CRT Paris Ile-de-France et le C.R.T. de Normandie, pour 3 ans. La convention avait pour objet d'inventorier l'ensemble des offres disponibles sur la thématique impressionniste, de faire émerger de nouvelles offres touristiques d'excellence internationale et de les promouvoir auprès d'opérateurs identifiés sur l'ensemble des marchés ciblés pour qu'ils les mettent en marché.

4- LA VOLONTÉ DES CONTRACTANTS DE S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHE COMMUNE POUR ACCROITRE LA RECONNAISSANCE INTERNATIONALE DE LA DESTINATION, ET POUR RENFORCER ET STRUCTURER L'OFFRE AUTOUR D'UNE MARQUE RECONNUE

L'Impressionnisme est une thématique fédératrice pour la Normandie et l'Ile-de-France.

Le regroupement de ces territoires va permettre de renforcer la destination à l'international en la positionnant comme une destination mondiale d'excellence, la seule destination impressionniste au monde, une destination qui est l'une des marques touristiques les plus fortes de la France parce que la notoriété de cette thématique est mondiale et qu'elle attire de partout un nombre croissant de visiteurs et d'amateurs d'art.

L'ambition du présent Contrat-Cadre et son engagement financier portent uniquement sur les engagements des contractants de travailler collectivement sur la destination impressionniste, en matière d'ingénierie, de valorisation et de promotion, d'intelligence économique, et sur les moyens mis en œuvre pour y parvenir.

Les enjeux pour la destination sont de :

- Positionner ce territoire comme « La » Destination impressionniste touristique d'excellence à l'international ;
- Favoriser la complémentarité entre les territoires et les acteurs ;
- Développer de manière significative l'attractivité touristique de la destination en fidélisant les marchés actuels et en conquérant de nouvelles clientèles ;
- Accroître la satisfaction des visiteurs ;
- Accroître les retombées économiques directes et indirectes (fréquentation, création de valeur, préservation ou création d'emplois).

5- LES OBJECTIFS

Ce contrat constitue une opportunité pour amplifier le travail de coopération déjà engagé autour de l'Impressionnisme par les Partenaires signataires et par les acteurs culturels et touristiques.

Les Partenaires signataires souhaitent renforcer l'attractivité de la destination impressionniste en enrichissant et qualifiant les services touristiques proposés sur le territoire, en mettant en œuvre des actions de promotion partagées, ce qui aura à terme des retombées positives tant en terme de chiffres d'affaires que d'emplois pour les professionnels et les institutions culturelles concernés.

A horizon de 5 ans, les actions conduites auront pour objectifs de :

- Faire émerger et vivre une communauté d'acteurs autour du projet ;
- Développer l'ensemble de l'offre culturelle et touristique et, particulièrement, l'itinérance entre les sites ;
- Œuvrer pour la qualité globale d'une destination unique ;
- Soutenir la politique événementielle ;
- Mettre en œuvre une politique de promotion partagée sur l'ensemble des marchés cibles ;
- Mieux mesurer l'impact économique de la filière.

6- LES ENGAGEMENTS DES SIGNATAIRES

Pour atteindre les objectifs présentés, les Partenaires signataires s'engagent à coopérer et à s'organiser pour mettre en œuvre les cinq axes d'intervention ci-après définis, pendant 5 ans à compter de la date de signature du présent contrat.

Les conditions d'intervention, les budgets et les modalités financières pour la réalisation des actions qui seront décidées pour la mise en œuvre du présent Contrat-Cadre seront fixés chaque année dans un Contrat de Destination Annuel.

Les Contrats de Destination Annuels seront adoptés chaque année et préciseront le contenu de chacun des volets du présent Contrat-Cadre de Destination. Ils feront l'objet d'un suivi régulier du Comité de pilotage.

D'autres partenaires publics, privés ou associatifs et regroupements de partenaires pourront accompagner par ailleurs les Partenaires signataires pour la mise en œuvre du présent Contrat-Cadre de Destination. Les conditions et modalités d'accompagnement par ces partenaires seront définies dans le cadre des Contrats de Destination Annuels.

Axe 1 : Faire émerger et vivre la communauté des acteurs

Faire émerger et vivre la communauté des acteurs est un axe prioritaire pour la réussite du Contrat-Cadre de Destination. Les actions nécessaires devront être lancées dès le premier semestre 2015.

Pour y parvenir, il conviendra que le Chef de projet (*voir chapitre 7*), sous l'autorité du Comité de pilotage, travaille très étroitement avec les Partenaires signataires :

- en s'appuyant sur leur connaissance des acteurs et les outils internes de communication existants ;
- en activant des outils internes numériques complémentaires (une plateforme, des e-letters professionnelles,...) pour favoriser les échanges entre les acteurs et leur faire partager leurs expériences et actions ;
- et prépare un forum annuel permettant l'échange d'expériences et l'avancement du présent Contrat ; le forum annuel se déroulera en alternance en Normandie et en Ile-de-France. La première édition aura lieu en 2015, en Normandie.

Axe 2 : Structuration/ingénierie de l'offre

Chaque Partenaire signataire s'engage à renforcer l'offre de la « destination impressionniste » et sa structuration, chacun sur son propre territoire, pour tous les projets dont il est maître d'ouvrage en cherchant à renforcer l'ensemble de la destination et la satisfaction globale des touristes.

Cet axe ne comporte pas de chef de file, les différents maîtres d'ouvrage ayant leur liberté d'intervention dans le cadre des lois, règlements et dispositifs en vigueur.

Mais un comité technique « Offre et Qualité de l'accueil » est constitué pour constituer un espace de dialogue, de présentation des projets, afin de favoriser leur enrichissement par l'échange d'informations entre les maîtres d'ouvrage.

Les groupes-projets permettront un travail approfondi pour la réussite d'un projet précis.

L'ensemble des idées et actions mentionnées dans cet axe représentent à ce stade des pistes de travail qu'il conviendra d'évoquer lors des comités de pilotage. Chacun, pour sa part, sera sensibilisé aux axes de développement de la destination. C'est le travail collectif et collaboratif qui permettra de mettre en action les projets structurants pour le territoire. Ils ne sont en aucun cas chiffrés à ce stade.

2.1 Développer l'ensemble de l'offre et plus particulièrement l'itinérance entre les sites

Faciliter les déplacements, notamment par le rail

Les Régions faciliteront la qualité et la facilité des accès aux sites impressionnistes par le rail, et l'adaptation des trains aux clientèles touristiques (liaisons directes vers Auvers-sur-Oise, facilitation des liaisons vers Giverny, dénomination de la gare de Vernon,...).

Créer la « Véloroute de la Seine impressionniste »

Elle est un élément structurant de la destination, au long de la Seine, de Paris à Honfleur.

Pour cette action, il est nécessaire de créer un comité d'itinéraire chargé du suivi technique de la qualité des infrastructures et de coordonner les actions de communication.

Développer l'offre de tourisme fluvial

Identifier les nouvelles haltes possibles pour les bateaux et accompagner les collectivités concernées dans l'aménagement de nouvelles escales. Organiser l'accueil à la descente des bateaux ; guide du croisiériste valorisant les possibilités de visite et de loisirs aux escales...

Développer des services touristiques connexes à la thématique impressionniste

Il s'agira :

- d'encourager des initiatives privées pour faire revivre des guinguettes, des activités inspirées de l'esprit du temps, développer des services de restauration, des hébergements thématiques « impressionnistes », des excursions sur ce thème,...
- d'inciter les sites ou communes à des actions d'aménagement à prévoir dans des plans de développement locaux ou départementaux,
- d'inciter à l'innovation.

A cet effet, une réflexion sur la valorisation de l'espace Seine-Normande a été menée : certains axes ont été prédéfinis et le plan d'actions élaboré devra être considéré comme un travail fondateur, notamment la réflexion sur le tourisme fluvial et sur des itinéraires cyclables.

Développer des outils, notamment numériques, au service de la médiation et les traductions

Il s'agira de favoriser la médiation, notamment à destination des clientèles internationales, en encourageant la création d'outils à l'intérieur des sites ou pour la découverte du territoire.

Concernant les traductions, un effort particulier sera engagé pour l'accueil de la clientèle japonaise, très fervente admiratrice des œuvres impressionnistes.

Implanter des tables de lecture sur les territoires pour offrir un réseau homogène et cohérent

Profitant de l'expérience des territoires équipés, ce déploiement de tables de lecture améliorera l'expérience pendant le séjour en proposant des outils d'information et de commercialisation adaptés aux nouvelles pratiques.

Créer un itinéraire M-tourisme impressionniste et des outils de réalité augmentée

Etudier la complémentarité des outils déjà développés et valoriser la destination via de nouveaux outils technologiques tels que la réalité augmentée.

2.2 : Soutenir la professionnalisation des acteurs de la destination

Développer des actions de formation sur le thème de l'Impressionnisme pour les acteurs publics et privés en s'appuyant notamment sur le C.R.T. Paris Ile-de-France, sur les C.D.T., sur les services Tourisme et formation des CCI, sur le Comité de liaison Interconsulaire de Normandie (CLIC), sur le Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT).

Constituer une offre d'ingénierie dédiée aux porteurs de projets publics et privés afin d'optimiser leurs démarches administratives d'investissement et de réinvestissement

Ceci pourra se traduire par une aide à la définition de la stratégie de développement de leur site, musée ou entreprise en fonction de l'offre concurrentielle de la destination et par la mobilisation des dispositifs financiers publics et/ou privés existants.

Accompagner la qualification des offres

Les Partenaires signataires s'engagent à faciliter l'appropriation et le déploiement de la démarche « Qualité Tourisme »TM. Cet accompagnement se traduira notamment par la mise en place de plusieurs outils et actions de sensibilisation à cette démarche, à intégrer aux travaux déjà conduits à travers l'animation du dispositif « Normandie Qualité Tourisme » et des dispositifs du C.R.T. Paris Ile-de-France.

Les Partenaires signataires s'engagent également à développer l'accessibilité des sites pour les publics en situation de handicap.

2.3 Améliorer l'accueil

Il s'agira de :

- sensibilisation/mobilisation des professionnels, des Offices de tourisme et des habitants : ambassadeurs/greeters ; formation des professionnels ; traductions en langues étrangères,...
- liaisons intermodales : signalétique commune sur les sites ; structuration des parkings aux abords des sites et services ; cartes de transports facilitant l'accès aux sites ; cartes shopping,...

2.4 Animer et coordonner l'offre événementielle

Favoriser la concertation et éditer un calendrier annuel numérique des manifestations

En dehors de l'année où se déroulera le Festival Normandie Impressionniste, il s'agira chaque année de mettre en place une concertation pour valoriser les manifestations afférentes à la thématique.

Il s'agira également de valoriser les outils web en s'attachant à avoir un site a minima en anglais.

Organiser des manifestations communes sur l'Impressionnisme

Réfléchir à la faisabilité d'organiser, chaque année, à l'échelle de la destination, une manifestation « Tous en canotiers », un « Salon des copistes » sur les lieux de peinture en plein air,...

Etudier la faisabilité d'étendre le Festival Normandie Impressionniste à l'échelle de la destination

L'intégration d'événements culturels franciliens importants dans le programme du Festival 2016 constituerait une opportunité intéressante pour la destination, comme le fut l'exposition « *Eugène Boudin* » au Musée Jacquemart-André en 2013, première exposition parisienne labellisée par le Festival.

Axe 3 : Marketing et promotion

Les Partenaires signataires du présent contrat s'engagent à coopérer à la mise en œuvre d'actions de promotion et de communication en France, en Europe et sur les marchés lointains sur la thématique de l'Impressionnisme.

Le comité technique « Marketing et promotion » sera piloté par le C.R.T. Paris Ile-de-France en lien étroit avec les partenaires habituels de la promotion touristique, notamment le C.R.T. de Normandie, les C.D.T., les Offices de tourisme. Le comité technique « Marketing et promotion » est constitué pour être un espace de dialogue, de présentation des projets, afin de favoriser l'enrichissement des actions par l'échange d'informations entre les signataires.

Les actions du contrat devront répondre aux objectifs suivants : renforcer l'attractivité de la destination ; asseoir la notoriété de la destination ; accroître la fréquentation des sites et hébergements.

Concernant les typologies de clientèles, il conviendra de prendre en considération que les sites impressionnistes accueillent des clientèles fort différentes et que la consommation de l'Impressionnisme est le plus souvent mixée avec d'autres offres touristiques. Il sera donc important de travailler sur plusieurs typologies distinctes :

- selon la durée de séjour : les excursionnistes (clientèles locales mais aussi clientèles japonaises et américaines au départ de Paris), les touristes en étape, les touristes de court séjour et les touristes de long séjour (familles françaises notamment) ;
- selon le volume du marché : les marchés les plus importants (France, Japon, Etats-Unis), les marchés complémentaires ; les marchés émergents (Chine, Corée du Sud,...) ;
- selon la relation des touristes à la destination : ceux qui viennent uniquement pour l'Impressionnisme (les amateurs d'art érudits) et ceux qui viennent et visitent au cours de leur séjour un musée, mais vont aussi à la plage, à la Tour Eiffel ou dans un parc d'attractions,...
- selon les motivations : tourisme culturel ou vacanciers,...

3.1 S'accorder sur la définition du message, de la marque et du logo

Définition d'un Plan marketing

Un Plan marketing sera défini pour préciser les messages et les promesses-clients, et les axes opérationnels

Le logo

En 2012, le C.R.T. Paris-Ile-de-France a conçu un logo mis à la disposition de la destination. Les Partenaires signataires devront s'interroger sur l'intérêt de le conserver ou de le retravailler. Ce logo devra être compréhensible sur tous les marchés, français et étrangers. Néanmoins, ce logo demeure utilisable tant qu'un nouveau logo n'aura pas été adopté.

Définition d'un guide de marque

Ce guide aura pour objectif que les acteurs de la destination puissent utiliser facilement le logo, la signature,... et aider à l'homogénéisation des supports de communication qui seront diffusés sur le territoire.

3.2 Développer un ensemble d'outils de communication homogènes à l'échelle de la destination

Après avoir réalisé un recensement de toutes les brochures et outils qui existent sur le territoire, une concertation sera engagée afin de créer une véritable cohérence des supports de communication -papiers et numériques- à l'échelle de la destination. Le Comité de pilotage réfléchira avec les Collectivités à la faisabilité d'une collection pour les brochures locales.

Les supports papier

- L'édition en français du *Guide du Routard sur l'Impressionnisme* Normandie sera étendue à l'Ile-de-France, avec ses supports numériques ; des contacts seront établis avec d'autres éditeurs ;
- Coordination des éditions professionnelles du type « Manuel des ventes » visant à la (pré)-commercialisation en conservant le niveau de qualité et de précision des récentes éditions ;
- Création, si besoin, d'une carte touristique de la destination en plusieurs langues.

Les supports numériques

- Création d'un site Internet portail de la destination avec contenus étendus (photos, vidéos, circuits, récits,...) pour le grand public avec des pages dédiées à la presse et aux professionnels en français, anglais, japonais ;
- Coordination et mise en réseau des sites Internet spécifiques ;
- Création d'une application ou site mobile pour le grand public en plusieurs langues et réflexion sur la faisabilité d'une déclinaison de l'application mobile euroise.

La Photothèque

- Réflexion sur les conditions de mise à disposition d'images et de reproductions de tableaux, respectant le Droit à l'image, mais facilement utilisables pour la promotion

3.3 Mettre en tourisme les expositions sur l'Impressionnisme qui se dérouleront sur le territoire de la destination, ailleurs en France ou dans le monde

S'appuyer sur les grandes expositions en Ile-de-France, en Normandie, mais aussi à l'étranger pour assurer la promotion touristique de la destination, en lien avec le réseau diplomatique.

Il s'agit de faire en sorte qu'un événement culturel ait aussi un intérêt touristique. La destination s'associera au vernissage des principales expositions temporaires en invitant avec Atout France les meilleurs relais d'opinion touristiques, en organisant une visite privée pour les VIP du tourisme, en mettant en place un jeu-concours pour faire découvrir la destination aux visiteurs de l'exposition,...

Dans un premier temps, il s'agira de connaître à l'avance la liste des grandes expositions prévues, de prendre contact avec les directeurs des musées -directement sur la destination ; dans le monde via Atout France ou le réseau diplomatique- pour mettre en place des actions vers les publics : presse, tour-opérateurs, grand public, scolaires.

La collection « Peindre en Normandie », l'exposition « Degas » en 2015 au MDIG à Giverny, le 125^{ème} anniversaire de la mort de Van Gogh, peuvent servir de laboratoire pour la mise en place de ces outils.

A l'international, ce travail ne peut se faire qu'avec l'appui des bureaux d'Atout France et des Ambassades concernés.

3.4 Renforcer les actions de promotion et de communication en s'appuyant notamment sur le Festival Normandie Impressionniste 2016

L'ensemble des Partenaires signataires disposent d'outils d'information et de promotion de grande qualité et s'engagent à les mobiliser pour la destination impressionnisme et à rechercher l'efficacité par la concertation au sein du comité technique « Marketing et promotion » qui sera mis en place par le Comité de pilotage. Les Offices de tourisme, notamment ceux qui adhèrent à Atout France, sont partie prenantes de cette dynamique.

Consolider les relations avec tous les partenaires, particulièrement avec Atout France pour la promotion internationale

Mettre en place un Plan de promotion coordonné sur les marchés en liaison avec les bureaux d'Atout France.

Ces actions devront être amplifiées l'année en amont et pendant le Festival Normandie Impressionniste, qui constitue une opportunité exceptionnelle pour la destination.

Développer les relations presse en France et à l'international pour accroître la visibilité de la destination touristique

Envisager des opérations de marketing direct

Mobilisation de leurs outils existants par les Partenaires signataires

Axe 4 : Développer une stratégie digitale

Par cet axe transversal, il s'agira particulièrement :

- de faciliter, notamment via le web, la préparation, l'organisation et la réservation par les touristes de leur séjour dans la destination ;
- de favoriser la médiation, notamment à destination des clientèles internationales, en encourageant la création d'outils à l'intérieur des sites ou pour la découverte du territoire ;
- d'améliorer l'expérience de séjour en proposant des outils d'information et de commercialisation adaptés aux nouvelles pratiques.
- de créer des outils numériques.

Axe 5 : Intelligence économique

Le volet « Intelligence économique » sera cadré par les Partenaires signataires sous animation par Atout France.

Une attention toute particulière sera portée aux flux accueillis et aux retombées générées sur le territoire.

Dans un premier temps, il conviendra de faire un état des lieux interrégional des éléments disponibles et une photographie de la fréquentation à la signature du contrat. La mise en place d'indicateurs structurés (marchés cibles et clientèles visées) permettra d'évaluer le montant et la nature des retombées économiques des différentes actions qui seront décidées par le Comité de pilotage sur les volets Ingénierie/offre et Marketing/promotion.

7 - ORGANISATION DU PILOTAGE DU PROJET

Le Contrat-Cadre de Destination entrera en vigueur pour une durée de 5 ans à compter de sa date de signature.

Chaque année, un Contrat de Destination Annuel précisera les conditions de mise en œuvre des engagements énoncés ci-dessus en fixant le plan d'actions lié à chacun des volets faisant l'objet d'engagements et le plan de financement correspondant.

Les deux CRT de Normandie et de Paris Ile-de-France assureront conjointement la coordination du Contrat.

Pour la réussite de ce contrat, il est indispensable que soit recruté un chef de projet qui en sera le référent. Ce chef de projet sera attaché au C.R.T. de Normandie.

- Il assurera la coordination générale du Contrat et le suivi de son exécution.
- Il assurera le Secrétariat général du Comité de pilotage et des comités techniques.
- Il assurera l'émergence et la vie de la communauté des acteurs.

7.1 L'Assemblée des Partenaires signataires

L'ensemble des partenaires signataires constitue l'Assemblée des Partenaires signataires qui se réunit au moins une fois par an.

7.2 Le Comité de pilotage

Un Comité de pilotage sera créé par l'Assemblée des partenaires signataires, dès sa première réunion, et réunira une vingtaine de Partenaires signataires du présent Contrat-cadre (ou leurs représentants) ainsi que quelques personnalités qualifiées. Il comprend aussi les représentants des DIRECCTE de Basse-Normandie, Haute-Normandie et Ile-de-France, et un représentant au moins d'Atout France.

Le Comité de pilotage se réunira autant de fois que de besoin mais au moins 2 fois par an.

Les Partenaires signataires conviennent d'effectuer régulièrement un bilan des actions engagées, via ce Comité de pilotage, afin d'une part d'ajuster les engagements de chacun au vu des résultats obtenus et d'autre part de décider ensemble de l'élargissement du nombre de partenaires concernés.

7.3 Les Comités techniques

Des comités techniques ad hoc seront mis en place pour le suivi des actions décidées au présent Contrat-Cadre. Ces comités techniques se réuniront autant de fois que de besoin.

Composés des représentants, au niveau technique, des structures et organismes participant au Comité de pilotage, ils mettront en œuvre les orientations collectives en matière de structuration et qualification de l'offre, de marketing et communication, de qualité de l'accueil et d'observation afin d'assurer la cohérence et la transversalité de ces différents volets.

Les comités techniques pourront comprendre des membres non signataires du présent Contrat, particulièrement impliqués sur un ou plusieurs sujets.

Deux comités techniques au moins seront installés, l'un pour suivre le volet « Structuration/Ingénierie de l'offre », l'autre pour suivre le volet « Marketing/Promotion ».

7.4 Les groupes-projets

Des groupes-projets seront mis en place par le Comité de pilotage pour la définition et le suivi de projets précis. Chaque groupe-projet sera animé par un responsable, particulièrement impliqué.

Les groupes-projets pourront comprendre des membres non signataires du présent Contrat, particulièrement impliqués sur le sujet.

7.5 Administration

Le Secrétariat général du Contrat-Cadre et des comités techniques est assuré par le C.R.T. de Normandie.

Le recrutement d'un(e) chef de projet sera lancé(e) à partir du 1^{er} janvier 2015 dans le cadre de ce Contrat-cadre. Le poste sera basé à Evreux, au siège du C.R.T. de Normandie.

8 – LES FINANCEMENTS ET LE TABLEAU DU BUDGET PREVISIONNEL

A ce stade, le présent Contrat ne comprend d'engagements financiers que pour l'Etat et les Régions de Basse-Normandie, Haute-Normandie et Ile-de-France au travers des budgets des deux C.R.T.

Le budget ainsi inscrit a pour objet la coordination du Contrat-Cadre par un chef de projet dédié, placé auprès du C.R.T. de Normandie, l'émergence et la vie de la communauté d'acteurs de la destination, la définition de la marque de destination. Les financements des actions qui seront décidées pour la mise en œuvre du présent Contrat-Cadre seront fixés chaque année dans un Contrat de Destination Annuel.

Les conditions d'intervention, les budgets et les modalités financières pour la réalisation des actions des différents Partenaires signataires seront ainsi définis chaque année dans le Contrat de Destination Annuel.

Au titre du présent Contrat-Cadre, et sans préjuger des financements qui seront inscrits par les Partenaires signataires dans les Contrats de Destination Annuels, le budget est estimé à 500 000 € pour 5 ans répartis de la façon suivante :

- ETAT : 75 000 €
- C.R.T. Normandie : 175 000 €
- C.R.T. Paris-Ile-de-France : 175 000 €
- Autres partenaires : 75 000 €

Pour la mise en œuvre de ces financements, une convention financière règlera les relations entre l'Etat, le C.R.T. de Normandie et le C.R.T. Paris Ile-de-France.

Ce budget comprend

- le salaire, les charges et l'ensemble des frais de fonctionnement du poste de chef de projet
- la mise en place des outils permettant les échanges d'informations et la concertation entre les Partenaires signataires et les membres de la communauté
- l'organisation du forum annuel
- le Plan marketing, la création de la marque, sa protection, le Guide de la marque

Les recettes	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Total
ETAT	37 500 €	22 500 €	-	-	15 000 €	75 000 €
NORMANDIE	12 500 €	27 500 €	50 000 €	50 000 €	35 000 €	175 000 €
ILE-DE-FRANCE	12 500 €	27 500 €	50 000 €	50 000 €	35 000 €	175 000 €
Autres PARTENAIRES	37 500 €	22 500 €	-	-	15 000 €	75 000 €
Total /an	100 000 €	100 000 €	100 000 €	100 000 €	100 000 €	500 000 €

Les dépenses prévisionnelles en année 1 se répartissent de la façon suivante :

- Salaires et charges : 45 000 €
- Frais de déplacements : 5 000 €
- Vie de la communauté des acteurs et organisation du forum : 20 000 €
- Plan marketing, définition du message, logo, Guide de marque, protection de la marque : 30 000 €

Le budget de 500 000 Euros ici inscrit est évidemment très loin de représenter les dépenses engagées par les partenaires signataires au titre de l'Impressionnisme : il convient de considérer les investissements et les dépenses de fonctionnement très importants portés par les différents Partenaires signataires : aménagements culturels et touristiques, infrastructures de transports, organisation des expositions et du Festival Normandie Impressionniste, dépenses promotionnelles...

9 – ANNEXE AUX CLAUSES CONTRACTUELLES

Cession et transmission du Contrat

Le présent Contrat Cadre de Destination est conclu intuitu personae. Il ne pourra donc en aucun cas être cédé, transféré ou transmis à un tiers, à quelque titre que ce soit, directement ou indirectement, totalement ou partiellement, à titre onéreux ou gratuit sans accord préalable et express de chaque Partenaire Signataire.

Modifications/ajouts

Toute modification et/ou ajout, notamment de signataires au présent Contrat Cadre de Destination fera l'objet d'un avenant écrit signé par chaque Partenaire Signataire.

Conditions de résiliation

Résiliation

Le présent Contrat Cadre de Destination pourra être résilié par anticipation par chacun des Partenaires Signataires sous réserve du respect d'un préavis de deux mois par l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception

En cas de résiliation anticipée, les Partenaires Signataires s'engagent à mener à terme leurs actions en cours et à verser, le cas échéant, l'intégralité des sommes dues au titre du Contrat de Destination Annuel en cours.

Inexécution fautive

Le présent Contrat Cadre de Destination pourra être résilié par anticipation, par l'un des Partenaires Signataires, en cas d'inexécution de l'une quelconque des obligations y figurant et/ou de l'une quelconque des obligations inhérentes à l'activité exercée.

A cet effet, en cas de manquement par l'un des Partenaires Signataires des engagements réciproques inscrits dans le présent Contrat, non réparé dans un délai de 30 (trente) jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception notifiant le/les manquements en cause restée sans effet, les Partenaires Signataires pourront résilier le présent Contrat par lettre recommandée avec accusé de réception sans qu'il soit besoin de procéder à une autre formalité et sans préjudice de tous dommages et intérêts.

En cas de résiliation pour inexécution, les Partenaires Signataires s'engagent à verser l'intégralité des sommes dues au titre des actions déjà réalisées du Contrat de Destination Annuel en cours.

Résiliation des Contrats de Destination Annuels

Les conditions de résiliation des Contrats de Destination Annuels seront déterminées ultérieurement entre les Partenaires Signataires. Cependant, il est d'ores et déjà convenu entre les Partenaires Signataires qu'en cas de résiliation de l'un des Contrats de Destination Annuels au présent Contrat Cadre de Destination, celui-ci ne s'en trouverait pas atteint et continuerait à s'appliquer. De plus, un nouveau Contrat de Destination Annuel pourra être conclu entre les Partenaires Signataires à compter de la date d'anniversaire du présent Contrat.

En revanche, si le présent Contrat Cadre de Destination venait à être résilié pour quelque raison que ce soit, le Contrat de Destination Annuel en cours à la date de résiliation qui en découle serait également résilié de plein droit.

Dans cette hypothèse, les Partenaires Signataires s'engagent à verser l'intégralité des sommes dues au jour de la résiliation, au titre des actions déjà réalisées du contrat de destination annuel en cours.

Force majeure

Les Partenaires Signataires ne peuvent être tenus pour responsables de l'inexécution ou des retards dans l'exécution d'une de leurs obligations prévues au présent Contrat Cadre de Destination si cette inexécution est due à la force majeure ou cas fortuit. De façon expresse, sont considérés comme cas de force majeure ou cas fortuits, ceux habituellement retenus par la jurisprudence des cours et tribunaux français ainsi que : les grèves totales ou partielles, lock-out, intempéries, blocage des moyens de transport ou d'approvisionnement pour quelque raison que ce soit, tremblement de terre, incendie, tempête, inondation, dégâts des eaux, restrictions gouvernementales ou légales, modifications légales ou réglementaires, blocage des télécommunications, blocage indépendant de la volonté des Partenaires Signataires empêchant l'exécution normale du Contrat. Cette liste n'étant pas exhaustive.

Le cas fortuit ou de force majeure suspend les obligations nées du présent Contrat Cadre de Destination pendant toute la durée de son existence. Les obligations ainsi suspendues seront exécutées à nouveau dès que les effets de la (des) cause(s) de non-exécution ou retard auront pris fin, dans un délai qui sera défini d'un commun accord par les Partenaires Signataires.

Dans l'éventualité où un cas fortuit ou de force majeure viendrait à différer l'exécution des obligations prévues au présent Contrat, d'une période supérieure à trois mois, chacun des Partenaires Signataires pourra résilier le présent Contrat par courrier recommandé avec avis de réception.

Confidentialité

Dans le cadre de l'exécution des présentes, les Partenaires Signataires sont tenus à une obligation de confidentialité. Chacun s'engage à ne divulguer aux tiers, directement ou indirectement, aucun document, connaissances, savoir-faire, renseignement et/ou information concernant l'un des autres Partenaires Signataires et ses modalités de fonctionnement dont il aurait pu avoir connaissance ou accès au cours de l'exécution du présent contrat, à moins que lesdites informations confidentielles ne soient tombées dans le domaine public ou que leur divulgation ne soit rendue nécessaire en vertu d'un règlement particulier ou d'une injonction administrative ou judiciaire.

Les Partenaires Signataires sont tenus à cette obligation pendant toute la durée des présentes et pour une durée de 10 (dix) ans après l'expiration de celles-ci.

Les Partenaires Signataires s'engagent également à exiger de la part de leurs préposés et sous-traitants avec lesquels ils seraient amenés à travailler pour la réalisation des actions, la même obligation de confidentialité.

Sous-traitance

Il est entendu entre les Partenaires Signataires que, pour la mise en œuvre des actions prévues aux présentes et précisées dans le cadre des Contrats de Destination Annuels, ceux-ci se réservent le droit de sous-traiter tout ou partie de leurs obligations, ce que les Partenaires Signataires acceptent d'ores et déjà.

Il est précisé que les Partenaires Signataires assumeront seuls la responsabilité de la bonne exécution des prestations ainsi confiée à des tiers.

Nullité partielle

L'annulation de l'une des dispositions des présentes n'entraînerait l'annulation du Contrat Cadre de Destination dans son ensemble, que pour autant que la stipulation litigieuse puisse être considérée, dans l'esprit des Partenaires Signataires, comme substantielle et déterminante, et que son annulation remette en cause l'équilibre général du présent Contrat Cadre de Destination.

En cas d'annulation d'une des stipulations du présent Contrat Cadre de Destination, considérée comme non substantielle, les Partenaires Signataires s'efforceront de négocier une clause économiquement équivalente.

Droit applicable et attribution de compétences

Le présent Contrat Cadre de Destination est soumis au droit français.

Pour tout motif de désaccord né de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, la recherche d'une solution amiable sera bien évidemment privilégiée.

CONTRAT-CADRE DE DESTINATION

« NORMANDIE - PARIS ILE-DE-FRANCE : DESTINATION IMPRESSIONNISME »

LES CONTRACTANTS

A Paris, le 16 décembre 2014

Nom	Fonction	Signature
Laurent FABIUS	Ministre des Affaires étrangères et du Développement international	
Matthias FEKL	Secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur, de la Promotion du tourisme et des Français de l'étranger	
Mme Carole DELGA	Secrétaire d'État chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Économie sociale et solidaire	
Christian MANTEI	Directeur Général du GIE Atout France	
Laurent BEAUVAIS	Président de la Région Basse-Normandie	
Nicolas MAYER-ROSSIGNOL	Président de la Région Haute-Normandie	
Jean-Paul HUCHON	Président de la Région Ile-de-France	
Jean-Léonce DUPONT	Président du Conseil Général du Calvados	

Nom	Fonction	Signature
Jean-Louis DESTANS	Président du Conseil Général de l'Eure	
Jean-François LE GRAND	Président du Conseil Général de la Manche	
Nicolas ROULY	Président du Conseil Général de Seine-Maritime	
Frédéric SANCHEZ	Président de la Métropole Rouen Normandie	
Edouard PHILIPPE	Président de la Communauté de l'Agglomération havraise (CODAH)	
Mme Isabelle MEZIERES	Maire de la Ville d'Auvers-sur-Oise	
Joël BRUNEAU	Maire de la Ville de Caen	
Sébastien JUMEL	Maire de la Ville de Dieppe	
Frédéric VALLETOUX	Maire de la Ville de Fontainebleau	
Claude LANDAIS	Maire de la Ville de Giverny	
Edouard PHILIPPE	Député-Maire de la Ville du Havre	

Nom	Fonction	Signature
Michel LAMARRE	Maire de la Ville de Honfleur	
Yvon ROBERT	Maire de la Ville de Rouen	
Nicolas DUPONT-AIGNAN	Maire de la Ville de Yverres	
Raphaël CHAUVOIS	Président du Comité Régional de Tourisme de Normandie	
Gérard FELDZER	Président du Comité Régional de Tourisme Paris Ile-de-France	
Paul CHANDELIER	Président du Comité Départemental de Tourisme du Calvados	
Paul DA SILVA	Président du Comité Départemental de Tourisme de l'Essonne	
Claude BEHAR	Président du Comité Départemental de Tourisme de l'Eure	
Vincent FRANCHI	Président du Comité Départemental de Tourisme des Hauts-de-Seine	
Jean-Marc JULIENNE	Président du Comité Départemental de Tourisme de la Manche	
Jean-Yves MERLE	Président du Comité Départemental de Tourisme de Seine-Maritime	

Nom	Fonction	Signature
Lionel WALKER	Président du Comité Départemental de Tourisme de Seine-et-Marne	
Gérard LAMBERT-MOTTE	Président du Comité Départemental de Tourisme du Val d'Oise	
Henri-François de BRETEUIL	Président du Comité Départemental de Tourisme des Yvelines	
Gérard LAMBERT-MOTTE	Président du Château d'Auvers (SEM)	
Pierre BERGE	Président du Festival Normandie Impressionniste	
Hughes GALL	Président de la Fondation Monet	
Dominique-Charles JANSSENS	Président de l'Institut Van Gogh	
Jean-Louis DESTANS	Président du MDIG-Musée des impressionnistes Giverny	
Guy COGEVAL	Président de l'Etablissement Public du Musée d'Orsay et du Musée de l'Orangerie	
Laurent BEAUVAIS	Président de l'association « Peindre en Normandie »	
Frédéric AVIERINOS	Directeur général de la société « Les Vedettes de Paris » (SAS)	

Nom	Fonction	Signature
Florent DARGNIES	Président de la société « 4 roues sous 1 parapluie » (SAS)	
Gérard VOLPATTI	Président de la Maison du Tourisme Normandie-Giverny	
Alain BERTET	Président de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative d'Ile-de-France	
Jean-Jacques DUSSAUSSOIS	Président de l'Office de Tourisme de Bougival	
Patrick OZANNE	Président de l'Office de Tourisme du Pays des Impressionnistes	
Sylvie FOURMOND	Président du Syndicat d'Initiative de Montmartre	