

ATOUT FRANCE



CAHIER DES CHARGES **LANCEMENT ET ACCOMPAGNEMENT** **DU COMPTE DE L'OFFICE DU TOURISME** **ET DES CONGRES DE PARIS SUR WECHAT**

1. PRESENTATION DE ATOUT FRANCE ET DE L'OFFICE DU TOURISME DE PARIS

ATOUT FRANCE

L'Agence de développement touristique de la France



Atout France est chargé de contribuer au développement de l'industrie touristique, premier secteur économique français.

Atout France, opérateur unique de l'État en matière de tourisme, a pour mission de contribuer au renforcement de l'attractivité de la destination France et à la compétitivité de ses entreprises, filières et destinations.

Grâce à ses 33 bureaux répartis dans 30 pays et à une collaboration étroite avec le réseau des Ambassades sur près de 70 marchés, l'Agence dispose d'une connaissance pointue des clientèles touristiques internationales et des acteurs de la distribution. Cette expertise lui permet de proposer aux professionnels des outils de compréhension de la demande et de conduire des actions marketing et de promotion efficaces.

L'Agence accompagne ainsi plus de 1 200 professionnels (institutionnels du tourisme et entreprises privées) dans leur développement à l'international.

Au total, plus de 2 800 opérations de promotion sont organisées chaque année. Elles ciblent le grand public, notamment grâce à une stratégie numérique forte, mais également les professionnels du tourisme international ainsi que la presse et les influenceurs.

Pour stimuler l'offre touristique et accroître sa qualité, Atout France accompagne les destinations dans leur stratégie de développement et contribue au montage de projets d'investissement.

CHIFFRES CLÉS ATOUT FRANCE

400

campagnes de communication dont
66% de campagnes numériques

275

événements presse hors accueil de
presse (contre 260 en 2015)

+ de **1 800**

accueils en France de blogueurs et
journalistes (hors salons « Grand Ski »
et « Rendez-vous en France »)

+ de **650**

événements professionnels à
l'international (contre 600 en 2015)

Près de **1 500**

campagnes d'e-mailing et 3,2 millions de
suiveurs sur les médias sociaux

Ecosystème France.fr : **15** millions de
visites (+36%/2015) et **12** millions
(+20%/2015) de visiteurs

190 AMO et études

13 publications techniques,
17 lettres de veille et **20**
publications conjoncturelles

En Chine continentale, Atout France communique sur les supports digitaux suivants :
Wechat (23 000 followers) : 法国旅游发展署

En moyenne sur l'année 2016 : 850 lus par post
soit 3,7% de taux de lecture et 50 partages / post soit 0,2%

Sina Weibo (1 570 000 followers) :
<http://www.weibo.com/faguolvyou>

Sina Weibo oenotourisme (41 900 followers) : <http://weibo.com/atoutfrancechina>
Youku (383 000 vues ; 753 followers) : <http://i.youku.com/i/UMzQ4NjYzNzEy>
Page en chinois du portail France.fr : cn.france.fr

Pour en savoir plus : atout-france.fr et France.fr

L'OFFICE DE TOURISME DE PARIS



Créé en 1971, à l'initiative conjointe de la Ville de Paris et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, sous la forme d'une association à but non lucratif régie par la loi du 1er juillet 1901, l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris assure trois missions : accueillir et informer les visiteurs et promouvoir les atouts de la capitale en France et à l'étranger, sur les segments loisirs et affaires.

De plus, l'Office est un lieu unique de rencontres, d'échanges et de partenariats.

- L'Office du Tourisme représente les forces vives du tourisme parisien auprès des institutions locales, régionales, nationales et internationales.
- L'Office accueille les visiteurs dans trois points d'information implantés aux points d'arrivée et sur les axes de passage. Son site PARISINFO.com est la référence de l'information touristique parisienne.
- Il fédère les professionnels pour organiser des actions communes, afin de renforcer l'attractivité de Paris ; il porte l'image de la destination Paris auprès de la presse et des opérateurs touristiques.

Des accueils de presse sont ainsi organisés tout au long de l'année pour la presse internationale, dans le cadre d'accueils individuels mais également de voyages plus importants (mono marché ou multi marché). Ces accueils ont pour but de promouvoir la destination dans sa richesse et sa diversité. L'événementiel et les expériences étant privilégiées sur de nombreuses thématiques (gastronomie, famille, insolite...).

En Chine continentale, il n'est pas encore présent auprès du grand public. Un minisite en mandarin est disponible, mais il n'a pas encore de compte dédié à clientèle chinoise sur les réseaux sociaux.

2. CONTEXTE

Suite aux événements survenus en 2015 à Paris, le tourisme francilien a été touché par une large baisse des fréquentations, notamment des touristes chinois. L'insécurité est un sujet très important pour cette clientèle qui a besoin d'être rassurée sur la destination. La situation impose aux institutions une communication plus pro active sur les réseaux sociaux. Atout France, le Comité du Tourisme Paris Ile-de-France et l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris se mobilisent donc tous sur les canaux chinois afin de revaloriser l'image de la destination. A ce jour, seul l'OTCP ne possède pas encore de compte Wechat. L'objet de cette consultation est d'y pallier, afin que tous les acteurs puissent unir leurs efforts et ainsi donner la meilleure image possible de la destination à la clientèle chinoise.

C'est dans le cadre du grand plan de relance mené conjointement par l'Etat, la Région Ile-de-France et la Ville de Paris visant à faire de nouveau rayonner la capitale et ses différents acteurs touristiques que l'OTCP, appuyé par Atout France, souhaite lancer son compte sur les réseaux sociaux chinois. Le compte « Paris je t'aime » sur Wechat aura pour vocation de redonner une image positive à la destination et de renouer avec la communauté chinoise des amoureux de Paris. L'idée est de leur montrer que la capitale française est toujours une destination sûre et attractive, et qu'il s'y passe de nombreux événements à ne pas manquer : c'est maintenant qu'il faut visiter Paris car il s'y passe des choses immanquables.

C'est pourquoi, dans le cadre des présentes, Atout France entend sélectionner pour l'Office un prestataire en charge du lancement et de l'accompagnement d'un compte Wechat « Paris je t'aime ».

3. OBJET DE LA MISE EN CONCURRENCE

Atout France lance une mise en concurrence dont l'objet est la sélection d'un prestataire qui sera en charge du lancement et de l'accompagnement stratégique du compte « Paris je t'aime » pour l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris sur Wechat :

Les objectifs sont les suivants :

- Définition d'une stratégie de positionnement et de l'identité du compte « Paris je t'aime » de l'OTCP sur Wechat ;
- Gestion intégrale du lancement du compte ;
- Accompagnement de la stratégie digitale de l'OTCP en Chine : conquête et acquisition d'audience sur les réseaux sociaux, multiplication des interactions selon les cibles affinitaires, réponse aux commentaires négatifs, veille e-reputation ;
- Sélection et adaptation pour la clientèle chinoise de contenus déjà existants sur les supports de l'OTCP, sans se contenter d'une simple traduction ;
- Gestion de campagnes display sur les médias sociaux chinois pour promouvoir le compte
- Livraison de rapports mensuels sur les bilans chiffrés du compte

4. PRESTATIONS DEMANDÉES AU PRESTATAIRE SÉLECTIONNÉ

En lien avec le service marketing et communication digitale de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, l'agence sélectionnée devra :

- Proposer un positionnement du compte de l'OTCP sur Wechat, qui soit complémentaire avec ceux des comptes ouverts par Atout France et le Comité Régional du Tourisme d'Île-de-France ;
 - Définir un calendrier de production de contenu en fonction de la saisonnalité chinoise ;
 - Adapter pour la clientèle chinoise, en chinois, du contenu qualifié et adapté aux spécificités des réseaux sociaux chinois sur la destination Paris, aux cibles et thématiques prioritaires et à la saisonnalité chinoise.
 - Accompagner les équipes de l'Office dans l'animation de leur compte Wechat par l'enrichissement du menu des comptes, la création de réponses automatiques sur certains sujets-clés à définir (exemples : visas, sécurité, voyage à Paris ; sécurité, hôtels, restaurants), qui soient raccords avec ceux proposés par Atout France et le CRT sur leurs comptes.
 - Gérer la modération et les réponses aux messages négatifs sur le compte wechat de l'OTCP (sous le contrôle de Atout France, voire du consulat général pour les visas et la sécurité) ;
 - Acquérir des followers qualifiés sur le compte wechat de l'OTCP : identifier des canaux de recrutement, mener les actions de communication nécessaires. L'objectif serait d'atteindre les 20 000 wechat en un an, en garantissant une bonne qualité du lectorat (taux de lecture, taux de partage, réactivité).
- => Les dépenses induites, et notamment les éventuels achats d'espace, doivent être inclus au budget ;
- Gestion du community management et de l'acquisition de followers par des interactions avec des cibles affinitaires ;
 - Evaluer régulièrement (tableau de bord mensuel) avec des indicateurs précis l'efficacité des actions engagées : nombre de followers qualifiés acquis, taux de lecture, de partage, de réactivité etc. ;
 - Mettre en place une veille sur l'e-reputation de la destination Paris sur les médias sociaux chinois ;
 - Lancer des campagnes de display sur les RS pour augmenter la notoriété de la page

L'agence est libre de proposer en option d'autres actions qu'elle jugerait pertinentes.

L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris et son partenaire Atout France restent propriétaires de leurs comptes sociaux et canaux de communication digitale ainsi que des contenus qui y figurent, quel que soit le degré d'implication de l'agence dans l'animation des comptes sociaux et canaux de communication.

5. BUDGET

Une enveloppe maximale prévisionnelle de 75 000 euros HT (soixante-quinze mille euros Hors Taxes) sera accordée à cette action.

Ce budget comprendra :

- Les honoraires de l'agence retenue
- L'ensemble des frais techniques nécessaire au développement
- La réalisation des prestations attendues
- La cession de droit sur le contenu créé dans le cadre des présentes
- Un budget media pour promouvoir l'outil développé

Aucune commission additionnelle ne sera possible

6. CONTACTS

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter uniquement par mail :

marie.cransac@atout-france.fr et lionel.bertouneche@atout-france.fr

7. CALENDRIER

Remise du cahier des charges aux candidats	Le 8 novembre 2017
Date limite de réception des offres	Le 20 novembre avant 12h (heure de Paris)
Choix définitif du prestataire	Le 24 novembre 2017
Définition de la stratégie et du calendrier de contenus par l'agence	Du 27 novembre au 8 décembre 2017
Mise en ligne du site avec adaptation des premiers contenus	Le 18 décembre 2017
Gestion du compte et accompagnement de la stratégie digitale	Pendant un an à compter du 27 novembre 2017

Suite à la réception des propositions le 20 novembre 2017, une pré-sélection des agences sera effectuée.

L'ensemble des candidats sera informé de l'issue de la sélection par mail.

8. REGLEMENT DE LA CONSULTATION

8.1. Périmètre contractuel

Atout France et l'Office du tourisme et des Congrès de Paris lancent une mise en concurrence dont l'objet est la sélection d'une agence media pour les accompagner dans le lancement de la communication digitale de l'OTCP sur Wechat, avec pour objectif de valoriser Paris sur le marché chinois.

- Définition et création de l'identité du compte « Paris je t'aime » sur Wechat
- Définition de la ligne stratégique à suivre
- Sélection et adaptation des contenus pour la clientèle chinoise
- Acquisition de trafic
- Modération et animation du compte
- Livraison de bilans chiffrés mensuels
- Gestion de campagnes display sur les médias chinois
- Accompagnement relai « influence »

Le contrat qui en découlera, entre Atout France et le candidat sélectionné, prendra effet à compter du 27 novembre 2017 pour une mise en ligne du compte Wechat de l'OTCP au 18 décembre. La stratégie des comptes aura dû être définie à cette date et un calendrier de mise en ligne des contenus livré.

8.2. Information des candidats

L'information des candidats est assurée par la remise du cahier des charges dont le présent règlement de la consultation.

Pour toutes questions relatives au présent cahier des charges vous pouvez contacter les personnes citées à l'article 6 « Contacts ».

Tout renseignement complémentaire relatif au contenu technique de la consultation peut être obtenu jusqu'au 19 novembre 2017.

Il est acquis que l'ensemble des candidats sera susceptible de recevoir les réponses aux questions éventuellement posées par l'un d'entre eux. Aucune réponse ne sera donnée par téléphone.

8.3. Dossier de consultation

Le dossier de consultation remis aux agences est constitué par le présent cahier des charges en version française.

8.4. Présentation des offres

Les candidats doivent prendre connaissance du cahier des charges qui a un objet double :

- > Présenter le contexte de la mise en concurrence ;
- > Déterminer l'objet et le contenu des prestations demandées aux candidats.

Structure du dossier :

Les candidats souhaitant répondre au présent cahier des charges devront produire les éléments suivants :

- > Une première piste de positionnement pour le compte « Paris je t'aime » sur wechat ;
- > une proposition d'accompagnement ;
- > Le budget de leur prestation en distinguant, poste par poste, les honoraires et les frais techniques ;
- > Une liste de références de clients pour le même type de prestations en Chine continentale ;
- > Des liens vers des exemples de réalisations précédentes avec, dans la mesure du possible, les coordonnées des clients concernés ;
- > La composition de l'équipe amenée à intervenir sur le projet, en incluant leurs compétences notamment linguistiques ;
- > Les coordonnées complètes du candidat (notamment téléphone mobile et adresse mail, le cas échéant).

8.5. Dépôt des offres

Les offres, rédigées en français ou en anglais, devront impérativement être

reçues au plus tard le 20/11/2017 à 12h (heure de Paris) en 1 (un) exemplaire électronique aux adresses email suivantes : marie.cransac@atout-france.fr et lionel.bertouneche@atout-france.fr.

Important : chaque candidat devra joindre à son offre le cahier des charges en français dont le présent règlement de la consultation, approuvé, daté et signé.

8.6. Critères de sélection

Les partenaires (Atout France, et l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris) sélectionneront l'offre la plus intéressante en tenant compte des éléments suivants (le total des critères étant égal à 100) :

- > la compréhension de la problématique, (20/100)
- > la réactivité, (5/100)
- > les tarifs proposés, (20/100)
- > les moyens humains mis en œuvre, (15/100)
- > les moyens techniques mis en œuvre, (15/100)
- > l'implication dans le projet, et tout particulièrement sur la sélection et l'adaptation de contenus, d'une ou plusieurs personnes s'exprimant parfaitement en français et en chinois à l'écrit, (15/100)
- > la connaissance du marché chinois et la capacité à orienter la ligne éditoriale et à définir le type de contenus les plus adaptés (10/100)

8.7. Délai de validité des offres

Les prix proposés devront être fermes pour la durée du marché et de ses éventuels renouvellements.

8.8. Indemnisation des candidats

Les candidats ne seront pas indemnisés pour leur participation à cette consultation.

8.9. Confidentialité

Cette consultation est confidentielle. Les contacts doivent être exclusifs entre le personnel de Atout France, l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris et les candidats.

Les candidats s'engagent, à titre de clause de confidentialité, pendant une durée de 5 (cinq) ans à compter de la date de réception du présent cahier des charges, à ne pas divulguer sans l'accord préalable et exprès de Atout France, directement ou indirectement, les informations, connaissances ou savoir-faire que ce soient concernant Atout France et ses modalités de fonctionnement, auxquels ils auraient pu avoir accès dans le cadre de la présente mise en concurrence, à moins que les dites informations, connaissances ou savoir faire ne soient tombés dans le domaine public ou que leur divulgation soit rendue nécessaire en vertu d'un règlement particulier ou d'une injonction administrative ou judiciaire. Les candidats s'engagent également à l'égard d'Atout France à exiger de la part de leurs préposés la même obligation de confidentialité.

8.10. Propriété intellectuelle

Tous les éléments transmis aux candidats par Atout France dans le cadre de la présente consultation restent la propriété de ce dernier. Les candidats s'engagent à utiliser ces éléments que dans le strict cadre de l'objet de la présente consultation.

Si des œuvres sont créées dans le cadre de la présente consultation et/ou de l'exécution du marché, en particulier les contenus promotionnels, les droits d'auteur de nature patrimoniale seront cédés, à titre commercial et non commercial, en exclusivité par le candidat sélectionné à Atout France.

Les droits d'auteur de nature patrimoniale cédés s'entendent des droits d'utilisation et d'exploitation sous toutes leurs formes et sur tous supports (dont Internet) :

- > Des droits de reproduction, par tous moyens et sur tous supports, ce qui comprend notamment le droit de reproduire tout ou partie des œuvres, de les publier, etc. ;
- > Des droits de représentation par tous procédés ;
- > Des droits d'adaptation, modification, traduction, etc.

La présente cession sera consentie pour le monde entier, y compris les espaces aériens et maritimes, et ce pour une durée de 5 (cinq) ans à compter du 20 novembre 2017 et jusqu'au 19 novembre 2022.

Il est convenu que Atout France pourra rétrocéder, à sa seule discrétion, tout ou partie de ses droits sur lesdites œuvres cédées, pour une utilisation dans les mêmes conditions que celles stipulées ci-dessus, ce que le candidat retenu accepte d'ores et déjà.

Le candidat retenu fait son affaire d'obtenir des auteurs, inventeurs, graphistes, photographes, réalisateurs, et plus généralement concepteurs, qu'ils soient ou non ses

salariés, ses fournisseurs ou ses sous-traitants, la cession des droits de propriété intellectuelle énumérés ci-dessus.

En tout état de cause, le candidat retenu prémunit Atout France contre toute revendication des tiers quant aux droits de propriété intellectuelle et lui en garantit l'exercice paisible.

Le candidat retenu devra fournir à Atout France l'ensemble des éléments (vidéos, rushes, maquettes, dessins, photographies, illustrations, logos, schémas, polices de caractères spécifiques, affiches, etc.) sur CD Rom.

Les modalités juridiques, notamment celles de cette cession, seront précisées dans le contrat qui sera conclu entre le candidat retenu et Atout France.

8.11. Sous-traitance

Pour la bonne exécution des prestations qui lui sont confiées dans le cadre du présent cahier des charges, le prestataire retenu est responsable du choix des sous-traitants qu'il propose à Atout France, en garantit leur compétence et leur professionnalisme.

Ces sous-traitants se définissent comme tout tiers participant à quelque niveau que ce soit à la réalisation des prestations qui lui sont confiées par Atout France pour la réalisation des prestations.

En cas de défaillance de l'un des sous-traitants choisis par lui :

- le prestataire retenu s'engage à assurer la bonne exécution des prestations, notamment en faisant appel à un autre sous-traitant répondant aux mêmes exigences de compétence et de professionnalisme, sans aucun surcoût pour Atout France et dans le respect des délais initialement convenus ;
- le prestataire sélectionné assumerait seul la responsabilité de la bonne exécution des prestations qui lui sont confiées au titre du présent cahier des charges.

Aussi, en aucun cas le prestataire retenu ne pourrait se prévaloir du fait que tout ou partie de la réalisation des prestations qui lui incombent au titre du présent cahier des charges, aurait été confiée par lui-même à un ou plusieurs sous-traitants.

8.12. Conditions générales

Le non-respect des formalités et procédures décrites ci-dessus par un candidat pourra entraîner le rejet définitif de son dossier par Atout France.

Atout France pourra être amené en cas de besoin à demander aux candidats de produire tous documents ou renseignements complémentaires à la bonne compréhension de leur offre. Le candidat sera tenu de faire droit à ces requêtes dans les délais indiqués par Atout France, sous peine de rejet définitif de son dossier par Atout France.

La présente mise en concurrence n'implique pas l'obligation pour Atout France d'attribuer le marché.

Atout France se réserve le droit à tout moment de mettre fin de manière anticipée à la procédure de mise en concurrence décrite par le présent cahier des charges, au cours ou à l'issue de la procédure de sélection, sans frais ni indemnité.

L'attribution du marché au candidat sélectionné est réalisée sous réserve de la conclusion d'un contrat entre Atout France et ledit candidat, prévoyant notamment le respect par les parties de la législation relative à la protection des données personnelles.

Les candidats ne sont pas indemnisés pour leur participation à cette mise en concurrence.

La présente consultation est soumise au droit français.

Tout litige né de l'interprétation ou de l'application des règles et procédures fera l'objet d'une tentative de règlement à l'amiable. Atout France et le candidat désigneront conjointement un représentant chargé, pendant une durée de 30 (trente) jours au plus à compter de la notification du litige, de proposer un règlement à l'amiable. En cas d'échec de la tentative de règlement à l'amiable, les tribunaux du ressort de la Cour d'Appel de Paris seront seuls compétents pour juger de tout litige résultant de la mise en œuvre de la présente procédure.

Vu, paraphé et signé,

A ...

Le ...

Titre et signature de la personne responsable du marché, dûment habilitée :

Titre :

Signature :

ANNEXES

Identité de la marque Paris je t'aime déployée sur les réseaux sociaux à ce jour :

PÀRiS
je T'aime

PÀRiS *je T'aime*



Facebook : <http://www.facebook.com/p.infos>

The screenshot shows the Facebook profile for 'Paris je t'aime' (@p.infos). The profile picture is a red square with the text 'PARIS je t'aime'. The cover photo is a promotional image for 'SHOWTIME IN PARIS' featuring a woman in a brown dress looking up, with the text 'OCT 30 — NOV 12 Buy 1 ticket get 1 free' and 'See the best shows at Paris' most prestigious venues'. The page has a navigation menu on the left with options like 'Accueil', 'Avis', 'À propos', 'Photos', 'Vidéos', 'Publications', 'Communauté', 'Instagram feed', and 'NEW SEASON AT THE ...'. There are also buttons for 'Promouvoir' and 'Gérer les promotions'. The main content area shows a 'Créer une publication' section with a text input field and a '3 publications programmées' notification. On the right, there are sections for 'Agence de visites à Paris' (4.4 stars) and 'Conseils pour les Pages'.

Twitter : <http://twitter.com/ParisJeTaime>

The screenshot shows the Twitter profile for 'Paris Je t'aime' (@ParisJeTaime). The profile picture is a red circle with the text 'PARIS je t'aime'. The header features the same 'SHOWTIME IN PARIS' promotional image as the Facebook page. The profile statistics are: 20,3 k Tweets, 1 655 Abonnements, 284 k Abonnés, and 5 466 J'aime. The bio reads: 'Bonjour ! Official Twitter account of the Paris Tourist Office. Discover the best of Paris! Plan your trip, ask for help and share your stay with #parisjetaime'. The location is 'Paris' and the website is 'en.parisinfo.com'. The main content area shows a tweet from 'Paris Je t'aime' celebrating the 150th anniversary of the birth of Marie Curie. On the right, there are sections for 'Nouveau sur Twitter ?' and 'Vous aimerez peut-être aussi'.

Instagram : <http://www.instagram.com/parisjetaime/>

Instagram

Rechercher

Télécharger l'application

Connexion

PARIS
Je t'aime

parisjetaime **S'abonner**

1 946 publications 356k abonnés 528 suivis

Paris Je t'aime is Official Instagram account of the Paris Tourist Office is bit.ly/2yVoSif

Pinterest : http://www.pinterest.fr/paris_jetaime/

Paris je t'aime

756
Abonnés

107
Abonnements

en.parisinfo.com
Paris / Paris je t'aime,
official Pinterest account
of Paris Tourist Office.
Beautiful pictures,
inspiration and our best
tips to enjoy the city!
#parisjetaime

