

ATOUT FRANCE



Agence de développement
touristique de la France

Cahier des charges

CAMPAGNE E-INFLUENCEURS

SOMMAIRE

CHAPITRE 1 - PRÉSENTATION DE ATOUT FRANCE	3
CHAPITRE 2 - OBJET DE LA CONSULTATION	4
CHAPITRE 3 - CONTEXTE	4
CHAPITRE 4 - OBJECTIFS ET DESCRIPTION DES BESOINS	5
CHAPITRE 5 - PRESTATIONS ATTENDUES	6
CHAPITRE 6 - BUDGET	8
CHAPITRE 7 - LE RÈGLEMENT DE LA CONSULTATION	8
7.1 OBJET DE LA CONSULTATION	8
7.2 INFORMATION DES CANDIDATS	8
7.3 RÉTRO PLANNING	9
7.4 DOSSIER DE CONSULTATION	9
7.5 PRÉSENTATION DES OFFRES	10
7.6 DÉPÔT DES OFFRES.....	10
7.7 CRITÈRES DE SÉLECTION	11
7.8 DÉLAI DE VALIDITÉ DES OFFRES	12
7.9 CONFIDENTIALITÉ	12
7.10 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....	12
7.11 CONDITIONS GÉNÉRALES	13
7.12 CONTACTS ATOUT FRANCE EN CHINE	14

CHAPITRE 1 - Présentation de Atout France

Les premières observations sur 2017 semblent indiquer d'excellents résultats pour le tourisme international en France (88 à 89 millions de visiteurs accueillis).

Lors du Conseil Interministériel du Tourisme du 19 janvier 2018, le Premier ministre a par ailleurs réaffirmé les objectifs du Gouvernement (100 millions de visiteurs en France en 2020, pour des recettes de 50 milliards d'euros), et conforté le rôle de Atout France dans ses missions :

- Renouveler l'offre et de veiller à sa qualité grâce à l'ingénierie et les financements pour des projets touristiques structurants dans les territoires ;
- Favoriser le développement et la promotion des marques de destinations (et de leurs entreprises) à l'international.

ACCOMPAGNER LE RENOUVEAU DE L'OFFRE ET VEILLER À SA QUALITÉ

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

Lors du Conseil Interministériel du Tourisme du 19 janvier 2018, l'Agence a été désignée comme l'interlocuteur privilégié des porteurs de projets dans les territoires. Elle les accompagnera désormais dans la mise en œuvre d'une dizaine de projets structurants par an avec le soutien de la Caisse des Dépôts et la future Agence nationale des territoires.

En complément de cette assistance, Atout France publie chaque année une dizaine d'études pour les professionnels. Celles-ci ont vocation à accroître leur connaissance des marchés et des filières et d'affiner leurs stratégies de développement (ex : *Touristes indiens : comment bien les accueillir ?*, *Connectivité aérienne de la France*, *Tableau de bord des investissements touristiques*, etc.). Atout France leur propose par ailleurs des formations, notamment en ligne (MOOC accueil France).

L'Agence est également chargée de veiller à la qualité de l'offre, grâce à plusieurs dispositifs : classement des hébergements de tourisme, distinction palace attribuée à 24 établissements d'exception, immatriculation des opérateurs de voyages, promotion de labels (« Vignobles & Découvertes » pour l'œnotourisme, etc.).

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DES DESTINATIONS ET ENTREPRISES À L'INTERNATIONAL

Grâce à ses 33 bureaux dans le monde et à une collaboration étroite avec le réseau diplomatique, l'Agence dispose d'une connaissance pointue des différents marchés touristiques et des acteurs de la distribution. En Chine continentale, l'Agence dispose de deux bureaux, un à Pékin et un à Shanghai.

Cette expertise lui permet de proposer à ses 1 300 professionnels partenaires des outils de compréhension de la demande (conjoncture par pays et par filière ou études de

marchés) et de conduire des actions marketing et de promotion autour des marques de destinations.

Plus de 2 800 opérations de promotion sont ainsi organisées chaque année dans le monde, ciblant les professionnels (voyagistes internationaux, presse et influenceurs) ainsi que le grand public.

Au cœur de ce dispositif, un média puissant, France.fr, permet d'inviter les internautes du monde entier (en 16 langues et 31 versions), à venir (re)découvrir l'art de vivre des destinations françaises.

Pour en savoir plus : www.atout-france.fr ou www.france.fr

CHAPITRE 2 - Objet de la consultation

L'objet de la consultation est la sélection d'une agence social media susceptible d'organiser une opération « influenceurs en ligne » portant sur la destination Paris Ile-de-France et l'expérience aéroportuaire unique des Aéroports de Paris.

Cette opération de social media consistera en 3 volets :

1. un accueil de 4 à 5 e-influenceurs chinois en région Paris Ile-de-France ;
2. une optimisation des contenus produits par de l'achat média ;
3. la création d'une campagne sur les réseaux sociaux chinois tels que Wechat, Sina Weiba, Youku, Mafengwo, Qyer, Douban, Meipan, Douyin, etc.

Atout France mène cette opération en collaboration avec deux partenaires : le Comité Régional du Tourisme de Paris Ile-de-France et Paris Aéroport.

CHAPITRE 3 - Contexte

Après des années 2015 et 2016 difficiles, en raison des attentats, la capitale et sa région ont enregistré une forte hausse de la fréquentation touristique en 2017.

En 2017, Paris Ile-de-France a accueilli près de 48 millions de touristes (57% de Français et 43% d'Internationaux).

Les visiteurs chinois, qui avaient boudé la destination pour des raisons sécuritaires, sont notamment de retour, avec une progression de 17,8 % (1,14 million de touristes).

Derrière l'image du Paris romantique se cache la multitude des destinations et d'offres d'activités de Paris Ile-de-France : pour les familles (Disneyland Paris), les jeunes (concerts, festivals), et même les amoureux de la nature (forêt de Fontainebleau). Les flux de visiteurs chinois se concentrent actuellement sur la ville centre.

En 2017, Paris Aéroport a accueilli 101,5 millions de passagers (+4,5 %).

Avec deux journées record : le 30 juillet 2017 à Paris-Charles de Gaulle avec 236 772 passagers et le 30 juin 2017 à Paris-Orly avec 113 461 passagers.

Le marché chinois poursuit sa croissance avec un taux de croissance prévisionnel pour 2019 de +6,9%. 145 millions de départs de visiteurs chinois à l'étranger ont été enregistrés en 2017 et le nombre de départs en France a atteint plus de 2,1 millions. La France est la première destination européenne visitée par les visiteurs chinois, viennent ensuite l'Italie, la Suisse et l'Allemagne.

Le marché chinois du tourisme poursuit sa croissance, ainsi que les demandes de visiteurs individuels relativement jeunes, familles avec enfants, voyageurs haut de gamme... Les visiteurs chinois recherchent toujours le romantisme des villes anciennes et monuments iconiques, le shopping, mais ils voyagent plus en petits groupe, font des choix plus personnels, et recherchent une initiation au mode de vie des habitants et aux savoir-faire français. Le marché gagne en maturité pour des activités expérientielles ciblées telles que les sports d'hiver, le golf et la croisière.

L'objectif de doubler le nombre de touristes chinois fréquentant la destination suppose de toucher des cibles diversifiées, et en particulier susceptibles de revenir en France après un premier séjour (*repeaters*), mais aussi de valoriser l'ensemble des destinations que compose la région.

Les objectifs de l'opération sont :

- Séduire les Chinois CSP+, 30-40 ans et les Millennials ;
- Susciter l'envie de voyage de repeaters auprès des individuels, des jeunes, des familles ;
- Partager des activités expérientielles autour de thématiques à forte valeur ajoutée ;
- Présenter la destination Paris Ile-de-France et Paris Aéroport comme des destinations connectées et accessibles pour les visiteurs chinois ;
- Valoriser l'ensemble de la région Paris Ile-de-France sans se cantonner à la ville centre, mais en priorisant l'offre mise en valeur suivant les thématiques abordées ;
- Encourager à l'achat de prestations complémentaires (museum pass, transports...).

Les réseaux sociaux, services numériques et supports digitaux du Comité régional du tourisme de Paris Ile de France, de Paris Aéroport et de Atout France devront être mis en valeur dans les actions mises en place.

CHAPITRE 4 - Objectifs et description des besoins

Les objectifs de la sélection de cette agence et de la mise en œuvre des prestations sont les suivants :

- Développer la visibilité sur les réseaux sociaux chinois de la destination Paris Ile-de-France et de l'offre aéroportuaire de Paris ;
- Identifier, recruter et fidéliser des e-influenceurs ;
- Organiser l'opération pour la création de contenu par les e-influenceurs sur Paris Ile-de-France et dans les aéroports parisiens, et l'animation de ce contenu en ligne.

Seule la Chine continentale sera prise en compte dans la prestation.

CHAPITRE 5 - Prestations attendues

Les prestations attendues sont les suivantes :

- Sélection de 4-5 e-influenceurs selon la méthode définie ci-après ;
- Réalisation et envoi d'une fiche de présentation détaillée à Atout France pour sa validation pour chacun des profils sélectionnés avec analyse de leurs audiences et influences respectives, sur chacun des réseaux sociaux sur lesquels ils sont positionnés ;
- Prises de contacts et établissement, par le prestataire retenu, des contrats entre lui et chaque e-influenceur. L'agence retenue devra obtenir la cession des droits d'exploitation sur le contenu créé par les e-influenceurs, et droit à l'image des e-influenceurs dans les conditions définies aux présentes, au profit exclusif de Atout France dans les conditions de l'article 7.10 des présentes ;
- L'agence retenue sera l'unique interlocuteur avec les e-influenceurs jusqu'à leur accueil sur place en France ; Atout France sera néanmoins associé aux étapes clés du travail avec les e-influenceurs pour validation et définition du projet de RP digitales ;
- Briefing des e-influenceurs par le prestataire retenu, sur la mise en place du projet et les objectifs attendus, selon les thématiques clés définies par Atout France et précisées aux présentes ;
- Réactivité par rapport à la gestion des e-influenceurs en cas de situation de crise majeure (agression de touriste chinois, attentats...) et adaptation de la communication dans le cadre du plan de diffusion ;
- Définition des contenus à produire par les e-influenceurs et des codes de communications sur ces contenus, avec les différents acteurs de l'opération puis transmission de ces instructions aux influenceurs (valorisation, hashtags, type de posts, etc.) ;
- Le programme du voyage des e-influenceurs sera élaboré par Atout France, Paris Aéroport et le Comité Régional du Tourisme de Paris Ile-de-France. L'agence retenue sera néanmoins sollicitée sur la pertinence du programme proposé afin que celui-ci soit en adéquation avec les profils des e-influenceurs et les attentes du marché ;
- Encadrement sur place des e-influenceurs, lors du voyage, par le prestataire sélectionné et/ou un(e) représentant(e) de Atout France et un représentant de chaque partenaire lors d'une étape identifiée comme étant clé pour ce dernier ;
- Gestion et animation en ligne des contenus sur les réseaux sociaux – à minima WeChat Weibo et youku - des e-influenceurs sélectionnés, sur les sites des partenaires et de Atout France <https://cn.france.fr/zh-hans> ;

- Réalisation de vidéos (Format 1min30 et teaser de 30 sec.) portant sur le voyage des e-influenceurs lors de l'opération qui sera exploitée par la suite par Atout France et ses partenaires. Le format de cette vidéo pourra faire l'objet d'éventuelles modifications par Atout France ;
- Création de 3 articles moodboard thématiques par e-influenceur et soumis à validation avant publication ;
- Elaboration et conduite d'un plan de diffusion pour booster la campagne sur les réseaux sociaux ;
- Transmission à Atout France d'un reporting complet :
 - o des contenus produits et générés lors de l'opération (posts, vidéos, articles, tweets, etc.),
 - o analyse de l'audience, répartition géographique,
 - o calcul d'un équivalent en valeur média (contre-valeur publicitaire) et retour sur engagement.
- Les relations entre l'agence et Atout France devront s'effectuer en anglais et en particulier concernant les documents qui seront produits dans le cadre de cette consultation.

Méthode de sélection des e-influenceurs

- Répartition des e-influenceurs : un influenceur spécialisé Shopping / un influenceur spécialisé Gastronomie / deux à trois influenceurs généralistes – Lifestyle ;
- Nombre de suiveurs sur leurs réseaux ;
- Couverture / zone géographique de l'e-influenceur en Chine continentale (à minima les villes de premier et deuxième tiers) ;
- Taux d'engagement des suiveurs : nombre d'interactions par rapport au nombre d'abonnés, nombre de retweets, de likes ;
- Références / expérience précédentes de l'e-influenceur (marques, destinations) ;
- Qualité du contenu produit : style d'écriture, qualité des photos et des vidéos publiées ;
- Pertinence des supports utilisés en fonction de la spécialité des e-influenceurs ;
- Réseaux sociaux à privilégier : Wechat ; Weibo ; Youku ; Mafengwo ; Qyer ; Douban plateforme lifestyle ; Xiaohongshu plateforme e-commerce lifestyle ; Meipan partage de vidéos courtes type Instagram lifestyle tourisme ; Toutiao distribution, avis, création de vidéos ; Douyin création et partage de vidéos courtes ; Inke live streaming ; Huajiao live streaming ; Yizhibo live streaming ;
- Cibles touchées par les réseaux des e-influenceurs
 - o Couples, famille avec enfants, voyageurs individuels (FIT)
 - o 30 – 40 ans
 - o Millennials
 - o CSP+
 - o CSP ++, haut de gamme
 - o Personnes issues des villes de 1^{er} rang en Chine (4 villes prioritaires : Shanghai, Pékin, Shenzhen, Canton // 16 villes secondaires : Chengdu, Hangzhou, Chongqing,

Wuhan, Suzhou, Xi'An, Tianjin, Nanjing, Zhengzhou, Changsha, Shenyang, Qingdao, Ningbo, Dongyuan, Wuxi, Fuzhou.)

- Centres d'intérêt / Thématiques envisagées lors des accueils
 - o Patrimoine et culture (romantisme de la ville et de ses alentours, monuments iconiques, joyaux méconnus)
 - o Shopping, mode et design
 - o Gastronomie
 - o Art de vivre et savoir-faire français
 - o Activités en famille
 - o Vie festive et nocturne
 - o Toutes activités susceptibles d'attirer des Millennials

CHAPITRE 6 - Budget

Une enveloppe maximale prévisionnelle de 128 000 euros HT (cent vingt-huit mille euros Hors Taxes) sera accordée à cette consultation et comprendra :

- Les honoraires de l'agence retenue, incluant l'ensemble des frais et des taxes applicables ;
- La réalisation des prestations attendues ;
- La rémunération des e-influenceurs ;
- La cession de droit sur le contenu créé dans le cadre des présentes.

Les frais logistiques des accueils (hébergement, restauration, transport entre la Chine et la France et les transferts en France), concernant les e-influenceurs sélectionnés ainsi que les accompagnants sur place, seront payés par Atout France.

Les accueils sont envisagés pour une durée de 4 à 5 nuitées, afin de permettre une immersion suffisamment longue pour valoriser la destination.

CHAPITRE 7 - Le règlement de la consultation

7.1 Objet de la consultation

Atout France recherche un prestataire afin de mener une campagne RP 2.0 sur les réseaux sociaux chinois.

Sous réserve de la conclusion d'un contrat entre Atout France et le candidat retenu, les prestations seront réalisées à partir du 24 septembre 2018 pour une durée de quatre (4) mois.

7.2 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 7.12 « Contacts ».

Tout renseignement relatif au contenu technique de la consultation peut être obtenu jusqu'au 3 septembre inclus, par mail uniquement aux trois adresses suivantes : catherine.oden@atout-france.fr ; florianne.coadic@atout-france.fr ; emeline.jouan@diplomatie.gouv.fr

Il est acquis que l'ensemble des candidats recevront les réponses aux questions éventuellement posées par l'un d'entre eux.

Aucune réponse ne sera apportée aux questions reçues ultérieurement.

Aucune réponse ne sera donnée par téléphone.

Dans ce cadre, chacune des réponses apportées par ATOUT FRANCE sera rédigée et mise en ligne sur son site à l'adresse suivante : <http://atout-france.fr/services/marches-publics>.

Il appartient donc aux candidats ayant reçu le présent cahier des charges de consulter régulièrement le site « <http://atout-france.fr/services/marches-publics> » afin de s'assurer qu'aucune réponse ou modification des documents de la consultation n'est intervenue.

Aucun candidat ne pourra se prévaloir de l'absence de consultation des réponses sur le site.

7.3 Rétro planning

Remise du cahier des charges aux candidats et publication sur le site atout-france.fr	22 août 2018
Date limite de réception des offres	7 septembre 2018 à 17h (heure de Pékin)
Présélection des agences	10 septembre 2018
Présentation des trois candidats retenus dans les bureaux de Atout France à Pékin	Entre le 13 septembre 2018 et le 14 septembre 2018
Choix définitif du prestataire retenu	A partir du 17 septembre 2018

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

7.4 Dossier de consultation

Le dossier de consultation remis aux prestataires contient le cahier des charges dont le présent règlement.

7.5 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 note d'intention ;
- ✓ Le budget de leur prestation en distinguant poste par poste ;
- ✓ Les retombées attendues par indicateur clé : à titre d'exemple : KPIs Kols : Number of Posts, CVP Media Value (RMB), nombre d'impressions (CPC AND CPM), Views, Reposts, Comments, Likes (Engagement), mentions des Tweets, reach, nombre d'interactions, nombres de likes par posts, nombres de followers par comptes, augmentation du nombre de followers, nombres de visites et taux de conversion ;
- ✓ La composition de l'équipe amenée à intervenir sur le projet, en incluant leurs compétences notamment linguistiques ;
- ✓ Des liens vers des exemples de réalisations précédentes avec, dans la mesure du possible, les coordonnées des clients concernés ;
- ✓ Les coordonnées complètes du candidat (notamment téléphone mobile et adresse mail, le cas échéant, compte wechat).

7.6 Dépôt des offres

Les offres, rédigées en français et/ou en anglais, devront impérativement être remises avant le 7 septembre 2018, 17h heure de Pékin par email, avec accusé de réception obligatoire, aux collaborateurs Atout France en Chine ci-dessous :

Catherine ODEN
Directrice
catherine.oden@atout-france.fr

Florianne COADIC
Adjointe à la directrice
florianne.coadic@atout-france.fr

Emeline JOUAN
Responsable Atout France circonscription de Shanghai
emeline.jouan@diplomatie.gouv.fr

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

L'ensemble des candidatures reçues fera l'objet d'une analyse par Atout France au regard des éléments mentionnés à l'article 7.5 « Présentation des offres » sous réserve du respect des modalités de dépôt des offres prévues à l'article 7.6. Parmi ces

candidatures, trois offres seront sélectionnées sur la base des critères mentionnés à l'article 7.7 « Critères de sélection ».

Les trois candidats sélectionnés seront ensuite invités à venir présenter leur offre dans les locaux de Atout France à Pékin, à partir du 13 septembre 2018.

Une invitation par courriel ou par courrier communiquant la date et l'horaire de passage sera adressée aux candidats.

Chacun des candidats disposera d'une heure environ pour présenter son offre, dont il est possible de donner à titre indicatif la décomposition suivante :

- 45 minutes de présentation ;
- une quinzaine de minutes de questions/réponses.

La présentation de chacun des candidats fera donc l'objet d'un enregistrement audio et d'un procès-verbal que le candidat devra signer en fin de présentation.

Ces dispositions ont pour but de garantir l'égalité entre les candidats et la transparence des procédures.

Atout France se réserve la possibilité de négocier avec les trois candidats sélectionnés.

A l'issue de la phase de présentation et de négociation, la sélection finale du candidat retenu s'effectuera sur la base des critères mentionnés à l'article 7.7 « Critères de sélection ».

7.7 Critères de sélection

Atout France sélectionnera l'offre la plus avantageuse en tenant compte des éléments suivants (le total des critères est égal à 100) :

Compréhension des enjeux du projet 5 sur 100

Connaissance du marché touristique chinois et en particulier des comportements des segments de clientèle cibles 10 sur 100

Profil des membres de l'équipe opérationnelle ayant des qualifications dans la gestion de projets similaires sur le marché chinois 20 sur 100

Proposition de profils e-influenceurs ayant une influence reconnue et de qualité sur le marché chinois justifiée par une analyse qualitative (canaux de diffusion pertinents, contenu riche et engageant pour le public...) et quantitative des profils des e-influenceurs proposés 40 sur 100

Capacité à adapter la communication en cas de crise 10 sur 100

Capacité à faire le lien avec les équipes de Atout France en anglais 5 sur 100

Coût 10 sur 100

Les critères énoncés ci-dessus sont applicables pour la présélection des candidats ainsi que, par la suite, pour la sélection finale du prestataire.

7.8 Délai de validité des offres

Les prix proposés devront être fermes pour la durée du marché.

7.9 Confidentialité

Cette consultation est confidentielle. Les contacts doivent être exclusifs entre le personnel d'Atout France 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 lesdites 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 et sous-traitants la même obligation de confidentialité.

7.10 Propriété intellectuelle

L'ensemble des documents créés par le candidat retenu dans le cadre de la réalisation des présentes seront la propriété de Atout France.

Si des œuvres sont créées dans le cadre de la présente consultation et/ou de l'exécution du marché, en particulier l'ensemble des contenus réalisés par les e-influenceurs ainsi que la vidéo et son contenu réalisée dans le cadre des présentes, les droits d'auteur de nature patrimoniale seront cédés, 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 et supports digitaux) :

- ✓ 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 de la date de signature du contrat entre Atout France et le candidat retenu.

Il est convenu que Atout France pourra rétrocéder, à sa seule discrétion, à ses partenaires le Comité Régional du tourisme de Paris Ile-de-France et Paris Aéroport, 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.

Concernant les contenus créés par les e-influenceurs et de leur droit à l'image, le candidat sélectionné sera garant de la paisible jouissance de ces contenus par Atout France. Il sera responsable de la négociation des droits afférents et devra informer loyalement Atout France et ses partenaires des limites éventuelles liées à ces contenus.

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, rushs, maquettes, dessins, photographies, illustrations, logos, schémas, polices de caractères spécifiques, affiches, etc.) sur CD Rom ou Weblink.

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

7.11 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 leurs offres. 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.

Atout France se réserve le droit de négocier avec les trois premiers candidats.

Les entreprises consultées ne seront pas indemnisées pour leur participation à cette consultation.

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

Atout France ne sera pas tenu de justifier son choix et se réserve le droit à tout moment de mettre fin de manière anticipée à la procédure décrite par le présent cahier des charges au cours ou à l'issue de la procédure de sélection, sans frais ni indemnité et sans avoir à en préciser les raisons.

La prestation du candidat retenu est réalisée sous réserve de la conclusion d'un contrat entre Atout France et ledit candidat,

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.

7.12 Contacts Atout France en Chine

Catherine ODEN
Directrice
+86 10 59 77 25 15
catherine.oden@atout-france.fr

Florianne COADIC
Adjointe à la directrice
+86 10 59 77 25 13
florianne.coadic@atout-france.fr

Emeline JOUAN
Responsable Atout France circonscription de Shanghai
+86(21) 6010 6393
emeline.jouan@diplomatie.gouv.fr

Vu, paraphé et signé 14 pages, à _____, le

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

Titre :

Signature :