

ATOUT FRANCE



Agence de développement
touristique de la France

OPERATION SHOWTIME IN PARIS



SOMMAIRE

CHAPITRE 1 - PRÉSENTATION DE ATOUT FRANCE	3
CHAPITRE 2 - OBJET DE LA CONSULTATION	5
CHAPITRE 3 - CONTEXTE ET OBJECTIFS	6
CHAPITRE 4 – DESCRIPTION DES BESOINS ET PRESTATIONS ATTENDUES	10
CHAPITRE 5 – BUDGET	16
CHAPITRE 6 - LE RÈGLEMENT DE LA CONSULTATION	17
6.1 OBJET DE LA CONSULTATION	17
6.2 INFORMATION DES CANDIDATS	17
6.3 COMITÉ DE PILOTAGE.....	17
6.4 RÉTRO PLANNING	18
6.5 DOSSIER DE CONSULTATION	18
6.6 PRÉSENTATION DES OFFRES	18
6.7 DÉPÔT DES OFFRES	18
6.8 CRITÈRES DE SÉLECTION	19
6.9 DÉLAI DE VALIDITÉ DES OFFRES	19
6.10 CONFIDENTIALITÉ	19
6.11 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	19
6.12 CONDITIONS GÉNÉRALES	22
6.13 CONTACTS	23

CHAPITRE 1 - Présentation de Atout France

Les premières observations sur 2017 semblent indiquer d'excellents résultats pour le tourisme international en France (87 millions de visiteurs accueillis).

Puis « 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 60 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,...).

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.

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

Suite aux événements de novembre 2015, le tourisme francilien a été touché par une large baisse des fréquentations. Dans le cadre d'un grand plan de relance mené conjointement par l'Etat, la Région Ile-de-France et la Ville de Paris, plusieurs opérations de promotions ont été menées en 2017, visant à faire de nouveau rayonner la capitale et ses différents acteurs touristiques.

C'est dans le cadre que Atout France, en appui de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP), son partenaire, a lancé en 2017 plusieurs grandes campagnes événementielles dont un temps fort portant sur la valorisation des spectacles parisiens accessibles aux touristes étrangers.

Atout France, souhaite, avec son partenaire, poursuivre l'opération « Showtime in Paris », dans le cadre d'une seconde édition.

Atout France lance donc la présente consultation dont l'objet est la sélection d'un prestataire qui aura la charge de mettre à jour et d'optimiser le site officiel showtimeinparis.com (ci-après défini le « Site »), créé en 2017 , aux termes d'une mise en concurrence, ainsi que la production de contenus visant à actualiser le Site et l'écosystème dédiés de l'opération.

CHAPITRE 3 - Contexte et objectifs

3.1 Présentation du temps-fort

Comme durant la 1^{ère} édition qui a eu lieu du 30 octobre au 12 novembre 2017, la 2^{nde} édition de Showtime in Paris prendra la forme d'une quinzaine dédiée aux spectacles parisiens.



Elle aura lieu du **25 février au dimanche 10 mars 2019**.

Dans la continuité de l'an dernier, l'idée sera de mettre en avant la diversité des salles et des spectacles parisiens auprès des touristes internationaux, en faisant la promotion d'une sélection de programmations issues de tous les genres (musique, théâtre, cabarets, cirque, etc.) et accessibles aux étrangers (sans paroles, en anglais ou sur-titrés en anglais).

Afin de faire passer un message fort et suffisamment attractif pour les touristes étrangers, l'opération sera basée sur une offre promotionnelle impactante :

« 1 place achetée, 1 place offerte »

Ce, sur l'ensemble des spectacles sélectionnés sur les deux semaines de l'opération.

3.2 Objectifs de l'opération

Les objectifs de cette 2^{nde} édition restent inchangés par rapport à la 1^{ère} édition. Ils sont les suivants :

- 1) Conversion : créer en priorité de la transformation immédiate : générer des réservations et accroître significativement le nombre de places de spectacles vendues ;
- 2) Qualification : toucher en priorité les touristes étrangers : générer une réservation de billets fortement qualifiée (au moins 70 % d'étrangers) ;
- 3) Engagement : Créer l'intérêt des internautes pour les salles et spectacles parisiens : générer des vues du Site et des pages dédiées aux salles et aux spectacles, mais aussi des impressions et engagements sur les contenus social média ;
- 4) Notoriété : tirer également partie de l'opération pour faire parler de la destination et la faire émerger en tant que capitale internationale du spectacle aux côtés de Londres ou de New York ;

- 5) Viralité : créer le buzz autour du concept fort de l'opération « 1 place achetée = 1 place offerte », permettant de générer des retombées sur le web, les réseaux sociaux, les blogs ou encore dans les médias (digitaux mais aussi presse, TV, radio, etc.) ;
- 6) Réservations : faire de l'opération une occasion de visite à part entière à Paris, c'est-à-dire un événement suffisamment incitatif (ou, a minima, fortement encourageant) pour qu'il crée une nouvelle occasion de séjour dans la capitale. L'idée est ici de générer aussi de la réservation de séjours et/ou de billets d'avion / de train. Cet objectif sera à mener notamment en partenariat avec nos partenaires transporteurs / hôteliers ;
- 7) Référencement : aider à positionner au mieux Paris et les spectacles partenaires sur les moteurs de recherche en faisant jouer le référencement naturel et/ou payant pour faire au mieux remonter du Site ;
- 8) Événementiel : cette campagne entend toucher chaque année plus de monde afin de s'inscrire dans la durée et de devenir un événement majeur, pérenne et attractif (aussi bien pour les touristes que pour les partenaires), sur le modèle d'une « Broadway Week » annuelle des spectacles parisiens.

3.3 Cibles de l'opération

Nos cibles prioritaires sont l'Angleterre et l'Espagne.
La majorité du budget média se concentrera sur ces deux pays.

Zoom sur les audiences-cibles :

1) UK



Les vacanciers

41 ans en moyenne

- o Voyageant en couple ou en famille
- o Aimant visiter des musées et monuments
- o Aimant explorer Paris à pieds



Les passionnés de culture

Familles avec parents ayant entre 24 et 54 ans

- o Couples de 45 ans et +
- o Désireux d'une immersion totale dans la culture locale
- o Curieux et avides de découverte
- o Habitues à rechercher des idées d'activités depuis de nombreuses sources online et offline
- o Aimant les découvertes insolites et sortant des sentiers battus
- o Privilégiant l'authenticité et l'expérience

2) ESPAGNE



Les vacanciers

- o Environ 40 ans

- o Voyageant dans Paris et sa région
- o Intéressés par le tourisme culturel



Les touristes urbains

Couples d'âge moyen avec enfants

- o Aiment le tourisme de « villes »
- o Ont pour principale motivation la découverte de nouveaux endroits en lien avec l'histoire et la culture



Les passionnés de culture

Familles dont les parents ont 25-54 ans

- o Couples de 45 ans et +
- o Désireux d'une immersion totale dans la culture locale
- o Curieux et avides de découverte
- o Habitues à rechercher des idées d'activités depuis de nombreuses sources online et offline
- o Aimant les découvertes insolites et sortant des sentiers battus
- o Privilégiant l'authenticité et l'expérience)

➤ **Autres cibles**

- o Nous chercherons à toucher, dans une moindre mesure, l'**Allemagne** et l'**Italie**.
- o Enfin, si nous ne pouvons pas financièrement cibler les autres audiences internationales (notamment nord-américaines et européennes), l'opération s'adressera néanmoins bien à elles également.

3.4 Kpis

Les KPI sont les suivants :

- ✓ Augmentation des réservations des salles partenaires
Objectif : au moins 4 000 places écoulées, soit 2 000 vendues (VS 1 000 en 2017)
Augmentation moyenne du taux de conversion VS semaine sans opération : + 5 %
- ✓ Réservations qualifiées
Au moins 70 % d'étrangers parmi les réservations
- ✓ Récupération d'optins : 1 000 optins (VS 350 en 2017)
- ✓ Statistiques du Site : augmentation de la quantité et de la qualité du trafic :
 - o Objectif sur le nombre de visiteurs uniques
 - o Amélioration du taux de déperdition
 - o Amélioration du taux de rebond
 - o Amélioration du temps passé sur le Site
- ✓ Statistiques réseaux sociaux :
 - o Nombre d'impressions totales des posts liées à l'opération
 - o nombre d'engagements total
- ✓ Visibilité média de l'événement :
 - o Nombre de posts de promotion sur les réseaux sociaux
 - o Nombre d'articles de média / blogs & de mises en avant dans la presse / radio / TV, etc.

3.5 Salles participantes

Atout France est actuellement en train de sélectionner un ensemble de salles et d'organisateur de spectacles répondant à ces critères, c'est-à-dire proposant une programmation internationale et étant en mesure de mettre en œuvre l'offre promotionnelle sur un certain nombre de spectacles, de dates et de places.

Liste des salles ayant d'ores-et-déjà donné leur accord pour la 2^{de} édition :

Confirmées
Salles
Maison de la Radio
Jazz club Etoile
Caveau de la Huchette
Alexis Gruss
Cirque d'Hiver Bouglione
Cirque Bormann-Moreno
Crazy Horse
Paradis Latin
RéminiSens (resto-théâtre)
Theatre in Paris (1 ou plusieurs spectacles)
How to become a Parisian
Moulin Rouge
Live Nation (1 ou plusieurs spectacles)

Pour la seconde édition, un quota spécifique de place a été défini pour les participants.

Ainsi, chaque salle / organisateur d'événements participant devra mettre à disposition un contingent de places composé comme suit :

- Un minimum de dix places offertes par représentation (soit vingt places minimum par représentation en comptant les places à vendre) ;
- Un minimum de quarante places offertes sur l'ensemble des dates (soit quatre-vingts places minimum sur l'ensemble des dates en comptant les places à vendre).

Ils seront néanmoins libres de décider de quelle façon moduler ce contingent et de choisir quelles catégories, horaires ou formules mettre à disposition.

CHAPITRE 4 – Description des besoins et prestations attendues

Atout France souhaite que cette opération s'inscrive sur le long terme et devienne un événement récurrent (annuel). Sa notoriété passera avant tout par une identification claire de l'opération. La cohérence dans les plateformes, les outils et les messages est donc élément décisif pour Atout France.

La partie « plan média » sera gérée parallèlement par Atout France accompagnés sur ce sujet par une agence média extérieure.

❖ Dans le cadre de la tranche ferme, le prestataire retenu sera chargé des missions suivantes :

4.1 Mise à jour graphique du Site

Une nouvelle identité graphique (logo, éléments graphique) va être créée. Il s'agira pour le prestataire retenu de mettre le Site aux normes de la nouvelle charte (logo, éléments graphiques, wallpaper, etc.).

4.2 Mises à jour et optimisations de l'expérience utilisateur du Site

Toutes les mises à jour wordpress et sécurité devront être optimisées pour les versions desktop, mobile et tablette. Elles devront être pensées pour se mettre à jour régulièrement pour éviter les problèmes de sécurité.

a) Nom de domaine – Hébergement - Maintenance

Atout France a renouvelé l'achat du nom de domaine et le même Site est donc conservé. Pour cela, nous souhaitons prolonger la durée d'hébergement jusqu'au 4 septembre 2019 (prévoir le budget d'hébergement et de maintenance dans le devis).

b) Menu

Dans le menu du Site, les modifications suivantes devront être apportées par le prestataire retenu :

o Barre de haut de page



- Enlever le hashtag FeelParis ;
- Mettre le reste des éléments du menu en jaune / doré pour les rendre plus lisibles ;

- Renommer la catégorie « cartes » en « salles participantes », qui amènera vers la page <https://www.showtimeinparis.com/fr/salles-de-spectacle/> ;
- Rendre la carte accessible via un autre biais, par ex. via la page « salles de spectacles » (en intégrant directement la carte en bas de page ou via un lien vers la [page Carte](#)).

o Menu principal



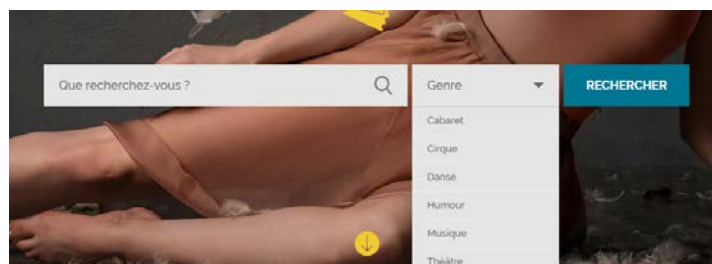
- Ajout d'une catégorie "Family shows" dans le menu ;

o Texte d'introduction



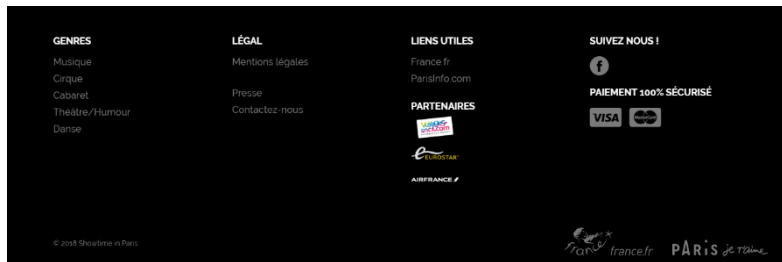
- En français : « découvrez les meilleurs spectacles » ;
- En anglais : « enjoy » à la place de « see » ;
- Dans la version en anglais, préciser quelque part que l'intégralité des spectacles est accessible pour les étrangers.
Ex. : intégrer « All shows accessible to non-French speakers » dans la vignette prévue dans la nouvelle charte graphique.

o Barre de recherche



- Mieux mettre en avant la barre de recherche qui se trouve dans la barre de menu haute avec un espace « que recherchez-vous ? » en blanc comme ici.

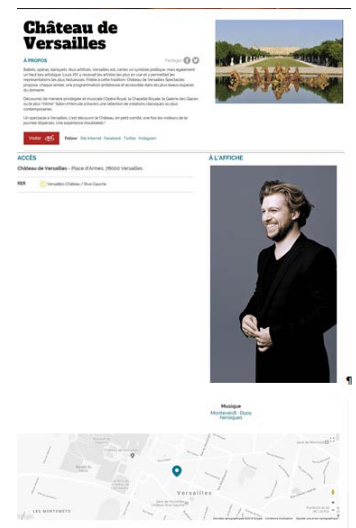
o Bas de page



- Enlever le titre LEGAL ;
- Ajouter un titre « INFORMATIONS », et intégrer dans cette catégorie les éléments suivants (dans cet ordre) :
 - Press / Presse ;
 - Contact us / Contactez-nous ;
 - Newsletter ;
 - Mentions légales ;
- Mettre le lien vers parisinfo.com en 1^{er} ;
- Dans la version en français du Site, le lien parisinfo.com doit rediriger vers la version en français du site parisinfo <https://www.parisinfo.com/> ;
- Mettre le logo Paris je t'aime en 1^{er} ;
- Mettre à jour le logo France.fr ;
- Mettre à jour les logos des partenaires (la liste des partenaires sera transmise par Atout France) ;

o Autres

- Ajouter une fonctionnalité « calendrier cliquable » quelque part sur la page, avec possibilité de sélectionner une ou plusieurs dates, afin d'accéder aux spectacles disponibles sur des dates données de séjour ;
- Débugage des pages ne s'affichant pas correctement sur le navigateur Firefox (exemple ci-contre avec la photo qui rallonge considérablement la taille de la page).



4.3 Mise à jour des contenus

La mise à jour et la création de nouveaux contenus devra se faire, comme l'an dernier, systématiquement en français et en anglais.

Elle devra impérativement être pensée dans un souci de référencement. Ainsi, certains termes forts (« good deals », « free »...) ainsi que certains mots-clefs devront dans la mesure du possible être ajoutés dans les textes.

De plus, les techniques SEO visant à optimiser le référencement du Site et des articles (mots en gras, préférence du JPEG pour les photos, optimisation technique des pages,

linking) devront être mises en œuvre autant que possible afin que ce dernier remonte au maximum sur les moteurs de recherche.

Dans les contenus éditoriaux qui seront à produire, une partie « SEO » sera donc à intégrer dans les documents Word de relecture.

a) Contenus généraux

- Mise à jour de la date de l'opération sur tout le Site ;

b) Homepage

- Mise à jour des logos dans la barre défilante de bas de page ;
- Pousser uniquement les pages spectacles et salles en lien avec l'édition 2019 ;

c) Pages salles

- Suppression (ou mode « hors ligne » si possible) des pages demandées par Atout France liées aux spectacles non présents dans la 2nde édition ;
- Version en anglais : remise en ligne des pages salles toujours partenaires de la 2nde édition ;
- Création des pages dédiées aux nouvelles salles ;
- Création des photos 360° des nouvelles salles ;

d) Pages spectacles

- Suppression (ou mode « hors ligne » si possible) des pages demandées par Atout France liées aux spectacles non présents dans la 2nde édition ;
- Version en anglais : remise en ligne des pages de spectacles toujours à l'affiche de la 2nde édition ;
- Création des pages dédiées aux nouveaux spectacles ;

e) Contenus actus

- Création d'articles d'actualité et mise en ligne pendant toute la durée de l'opération ;
Le prestataire devra prévoir quinze articles traduits en français et en anglais.

f) Page « carte »

- Mise à jour des salles géolocalisées sur la page « Carte » ;
- Intégrer le nom des salles participantes en-dessous / à côté des pictos de géo-localisation afin qu'ils soient directement identifiables ;

g) Page presse

- Mise à jour de l'article (texte fourni en français et en anglais par Atout France) ;
- Ajout des logos « Paris je t'aime » (cliquable et redirigeant vers <https://www.parisinfo.com/> et France.fr (redirigeant vers [France.fr](https://www.france.fr/)) ;
- Mise à jour des logos des partenaires (liste des partenaires fournie par Atout France) ;

h) Autres contenus

La production des vidéos et des photographies sera cette année réalisée par des prestataires extérieurs ; ces contenus seront cependant à intégrer par l'agence retenue.

Une vidéo de présentation de l'opération sera notamment produite par un réalisateur. Il faudra donc trouver un espace, idéalement sur la homepage, pour valoriser cette vidéo.

4.4 Supervision de la billetterie

a) Réintégration du module de billetterie sur le Site

- Reprendre le module Weezevent choisi l'an dernier ;

b) Gestion de projet sur la billetterie

- Superviser la partie billetterie en lien direct avec Weezevent :
 - Envoi des données de facturation des salles participantes pour le remboursement des billets (tableau Excel à fournir par Atout France et l'OTCP) et des contingents attribués par chacune
 - Supervision de la création des dashboards créés pour chacune des salles et vérification des éléments intégrés sur les dashboard (nombre de billets par spectacle et par date)
 - Gestion de la commission (prévoir un montant total prévisionnel, qui sera ensuite re-facturé non pas aux salles participantes mais à Atout France en fin d'opération)

4.5 Mise à jour & animation de l'écosystème social media

a) Mise à jour l'écosystème social media

- Création d'un nouvel événement ou d'une page dédiée « Showtime in Paris » ;
- Intégration du nouveau lien sur la [page événement de l'an dernier](#) et récupération des followers ou envoi d'une invitation aux followers pour les inciter à se rendre sur la nouvelle page ;
- Mise à jour du lien sur le picto « Facebook » cliquable sur le Site ;

b) Création de contenus

- Création de trente posts et traduction en français et en anglais ;
- Partage des posts sur la page de l'événement ;

❖ **Dans le cadre de la tranche optionnelle, le prestataire retenu devra réaliser :**

a) Traduction

Le prestataire retenu sera chargé de la traduction intégrale du Site en espagnol.

b) Billetterie « exclusive »

Le prestataire intégrera une fonctionnalité « billetterie exclusive » pour en restreindre l'accès, pendant une période donnée, à certains clients uniquement.

Le cas échéant, la tranche conditionnelle sera affirmée au moins un (1) mois avant la demande de réalisation par Atout France de ces prestations, par courriel adressé au prestataire.

CHAPITRE 5 – Budget

Une enveloppe estimée de 70 000 € HT (soixante-dix mille euros Hors Taxes) pour la seconde édition de Showtime in Paris sera accordée au candidat retenu dans le cadre de la réalisation des missions listées aux présentes et prendra en compte :

- les honoraires du/des prestataires ;
- tous les frais techniques de production, incluant hébergement et maintenance du Site ;
- la cession des droits d'auteur ou droit à l'image ou autorisation, licence, sur les différents éléments créés ou utilisés dans le cadre des missions décrites aux présentes ;
- la réalisation des prestations attendues ;
- et de façon générale tous frais liés à la mise en œuvre des prestations dans le cadre du marché.

Le marché pourra être renouvelé une fois pour la troisième édition de Showtime in Paris. L'enveloppe estimée pour la troisième édition est de 50 000 € HT (cinquante mille euros Hors Taxes).

CHAPITRE 6 - Le règlement de la consultation

6.1 Objet de la consultation

Atout France lance donc la présente consultation dont l'objet est la sélection d'un prestataire qui aura la charge de mettre à jour et d'optimiser le Site ainsi que la production de contenus visant à actualiser le Site et l'écosystème dédiés de l'opération.

Sous réserve de la conclusion d'un contrat entre Atout France et le candidat retenu, les prestations seront réalisées à partir du 5 septembre 2018 pour une durée de douze (12) mois.

Le marché est renouvelable une fois pour la troisième édition de Showtime in Paris pour une durée de douze (12) mois.

6.2 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 6.13 « Contacts ».

Tout renseignement relatif au contenu technique de la consultation peut être obtenu jusqu'au 23 août 2018 inclus, par mail uniquement à l'adresse suivante: lionel.bertouneche@atout-france.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 téléchargé le document de la consultation 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.

6.3 Comité de pilotage

Le comité de pilotage est constitué de collaborateurs de Atout France et de l'Office de tourisme et des Congrès de Paris.

6.4 Rétro planning

Publication sur le site atout-france.fr	14 août 2018
Date limite de réception des offres	28 août 2018 à 12h00 (heure de Paris)
Choix définitif du prestataire retenu	A partir du 4 septembre 2018

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

6.5 Dossier de consultation

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

6.6 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, y compris la maintenance et l'hébergement et les conditions associées, dans le cadre des prestations de la tranche ferme et de la tranche optionnelle ;
- ✓ 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).

6.7 Dépôt des offres

Les offres, rédigées en français, devront impérativement être remises avant le 28 août 2018, à 12h00 de Paris, en 2 (deux) exemplaires par voie postale à :

ATOUT France
« Opération Showtime in Paris »
A l'attention de Lionel Bertounèche
79/81 rue de Clichy
75009 Paris

Les offres devront être remises **en deux exemplaires** et envoyées soit par courrier recommandé avec accusé de réception, soit par le biais d'une société spécialisée, soit par porteur.

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

6.8 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) :

- l'accompagnement et la facilité de mise en œuvre du concept (30/100) : un accompagnement global qui puisse être réalisé et soit facile à mettre en place,
- les coûts associés au rapport qualité/prix (40/100),
- les moyens humains et techniques mis en œuvre (30/100) : nombre de personnes et expérience des interlocuteurs.

6.9 Délai de validité des offres

Les prix proposés devront être fermes pour la durée du marché ainsi que leur renouvellement.

6.10 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.

6.11 Propriété intellectuelle

Le prestataire retenu cède, à titre exclusif, à Atout France ses droits de propriété intellectuelle de nature patrimoniale sur les œuvres créées dans le cadre du présent marché aux conditions décrites ci-dessous.

Sont ci-après dénommées les « Œuvres » objet de la présente cession toutes photographies, dessins, textes, illustrations, schémas, polices de caractères spécifiques, affiches, signatures, maquettes, les vidéos et leur contenu, le kit web et son contenu, le kit social et son contenu, et, d'une manière générale, toutes les créations réalisées et/ou transmises par le prestataire retenu au profit de Atout France, à l'exception des éléments transmis par Atout France au prestataire retenu.

Egalement, toutes les modifications, corrections, évolutions réalisées par le prestataire retenu dans le cadre du présent marché y compris notamment les résultats des travaux, d'analyse, de conception, d'évolutions, de corrections et d'écriture de programmes, de conversion de logiciels, les composants logiciels, tant en code exécutable qu'en code source et tous les documents, bases de données, ou autres sont la propriété exclusive de Atout France.

Par ailleurs, tout développement spécifique créé pour Atout France dans le cadre du marché est la propriété exclusive de Atout France.

La rémunération de la cession des droits d'auteur patrimoniaux sur les Œuvres est comprise dans le budget indiqué dans la présente consultation.

Le prestataire retenu reconnaît que les sommes versées couvrent l'intégralité des droits d'auteur patrimoniaux cédés.

Les droits d'auteur de nature patrimoniale cédés à titre commercial et/ou non commercial, pour la promotion de la destination France, s'entendent dans le cadre du présent marché des droits d'utilisation et d'exploitation sous toutes leurs formes, pour toutes destinations, et sur tous supports (Internet ; ...), à savoir :

- des droits de reproduction, par tous moyens et sur tous supports (Internet ; papier : ouvrages; brochures, revues, journaux, magazines, affiches, cartes postales, dépliants, invitations ; supports numériques ; DVD ; Clef USB ; etc.), ce qui comprend notamment :
 - o le droit de reproduire tout ou partie des Œuvres ou de les faire reproduire par tout tiers sur tous supports ;
 - o le droit de publier et de mettre en circulation toute copie et exemplaire reproduisant tout ou partie des Œuvres ;
 - o le droit de traduire ou de faire traduire tout ou partie des Œuvres ;
- des droits de représentation par tous procédés, ce qui comprend notamment le droit de représenter, faire représenter, diffuser les Œuvres au public, par tous procédés de communication connus ou inconnus à la date de signature du contrat (Internet, réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Youtube, LinkedIn) ;
- des droits d'adaptation, modification, évolution, adjonction, de tout ou partie des Œuvres dans la limite du respect du droit à l'image de l'auteur.

Et d'une manière générale, toutes les prérogatives patrimoniales de l'auteur sur sa création.

La présente cession est consentie pour le monde entier, y compris les espaces maritimes et aériens, et pour une durée de dix (10) ans à compter de la date de prise d'effet du contrat.

Le prestataire retenu accepte d'ores et déjà que les droits cédés ci-dessus à Atout France pourront être également cédés par ce dernier à ses partenaires pour une utilisation conformes aux conditions définies aux présentes.

Du fait de la cession des droits de propriété intellectuelle intervenus au bénéfice de Atout France, le prestataire retenu renonce expressément à revendiquer tout droit éventuel de propriété intellectuelle, quel que soit le support et le territoire et pendant la durée de cession des Œuvres.

Le prestataire retenu déclare détenir sur les Œuvres ou les autres éléments transmis, directement en tant qu'auteur ou indirectement en tant que cessionnaire, tous les droits nécessaires, à savoir tous les droits d'auteur de nature patrimoniale tant en France que dans le monde entier, pour procéder à cette cession au profit de Atout France dans les conditions définies aux présentes.

A ce titre, le prestataire retenu garantit Atout France de la jouissance, entière et libre de toute servitude, des droits cédés, contre toute fraude, revendications ou évictions quelconque.

Si les Œuvres consistent en des photographies, des images ou des sons dont les contenus sont susceptibles de donner lieu aux droits d'auteur, au droit à l'image ou au droit de propriété, le prestataire retenu garantit notamment avoir vérifié que l'objet ou le sujet de l'image, ainsi que le son reproduit sont libres de tout droit, ou garantit avoir obtenu le consentement écrit du titulaire des droits d'auteur, du droit à l'image ou du droit de propriété y relatifs.

Le prestataire retenu déclare et garantit notamment qu'il dispose sans restriction ni réserve pour les territoires et la durée cités, des droits d'exploitation des éléments reproduits dans les Œuvres (photographie, voix, images fixes, animées ou de synthèse, musique, etc.), ainsi que de toutes les autorisations nécessaires de toute personne ayant participé directement ou indirectement à la production et à la réalisation de chacun des éléments constituant les Œuvres, objet du marché ou pouvant prétendre à un droit quelconque à l'égard de ces derniers, en vue des exploitations autorisées aux présentes.

Concernant la musique, le prestataire retenu prendra en charge l'achat des droits d'auteur du/des compositeur(s) ainsi que toutes les sommes éventuelles à reverser aux sociétés de gestion collective, pour les utilisations prévues aux présentes. Ce budget est compris dans la budget indiqué.

Le prestataire retenu fera son affaire des déclarations et du paiement des droits auprès des organismes gérant les droits d'auteur relatifs aux Œuvres.

Le prestataire retenu tient Atout France quitte et indemne de tous frais y compris contentieux susceptibles de résulter de tous recours ou action exercé par tout ayant droit, et le garantira de toute condamnation. Le prestataire retenu s'engage à rembourser les dommages et intérêts auxquels Atout France pourrait être condamné, ainsi que tous les frais engendrés par une procédure judiciaire.

Dans l'éventualité où les Œuvres seraient entachées d'un vice de contrefaçon ou autres, la responsabilité de Atout France serait écartée et le prestataire retenu en assumerait seule la responsabilité, y compris toutes les conséquences financières. A ce titre, le prestataire retenu tient Atout France quitte et indemne de tout frais y compris ceux susceptibles de résulter de tout recours ou action exercé par tout tiers et garantit Atout France de toute condamnation.

Le prestataire retenu garantit Atout France contre les conséquences de tout dommage, action en responsabilité, recours judiciaire résultant directement du non-respect par le prestataire retenu de l'une de ses obligations découlant du présent marché.

Le prestataire retenu ne pourra utiliser tout ou partie des éléments fournis par Atout France que dans le cadre de l'exécution du présent marché. Le prestataire retenu ne pourra, à titre temporaire ou permanent, vendre, licencié ou sous-licencier, autoriser ou donner en leasing, distribuer par tous moyens, tout ou partie des éléments fournis par Atout France.

De façon général, le prestataire reconnaît que ce transfert ne lui confère aucun titre ou droit de propriété sur tout élément fourni par Atout France dans le cadre de l'exécution des présentes, pour lesquels Atout France reste titulaire du droit de propriété dont le droit d'auteur prévu par la législation en vigueur.

6.12 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 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 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.

6.13 Contacts

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter uniquement par mail :

marie.cransac@atout-france.fr

lionel.bertouneche@atout-france.fr

Vu, paraphé et signé 23 pages, à _____, le

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

Titre :

Signature :