

ATOUT FRANCE



Agence de développement
touristique de la France

MISE EN CONCURRENCE

Réalisation de vidéos
pour promouvoir l'univers « Palaces de France »

SOMMAIRE

CHAPITRE 1 - PRÉSENTATION DE ATOUT FRANCE	3
CHAPITRE 2 - OBJET DE LA CONSULTATION	4
CHAPITRE 3 - CONTEXTE	4
3.1 LA DISTINCTION PALACES DE FRANCE	4
3.2 LES 24 PALACES DE FRANCE	4
CHAPITRE 4 - OBJECTIFS & DESCRIPTION DES BESOINS	6
4.1 LES PRINCIPAUX OBJECTIFS.....	6
4.2 LES CIBLES DES VIDÉOS	6
4.3 LES MESSAGES ET VALEURS VÉHICULÉS PAR LES VIDÉOS	6
4.4 LES SUPPORTS DE DIFFUSION DES VIDÉOS	7
CHAPITRE 5 - PRESTATIONS ATTENDUES	8
5.1 TRANCHE FERME	8
5.1.1 format des vidéos.....	8
5.1.2 liste des 8 palaces partenaires	8
5.1.3 les attentes dans le cadre des vidéos.....	9
5.2 TRANCHE OPTIONNELLE	10
CHAPITRE 6 – BUDGET	10
CHAPITRE 7 – CALENDRIER	11
CHAPITRE 8 - LE RÈGLEMENT DE LA CONSULTATION	12
8.1 OBJET DE LA CONSULTATION	12
8.2 INFORMATION DES CANDIDATS	12
8.3 RÉTRO PLANNING	12
8.4 DOSSIER DE CONSULTATION	13
8.5 PRÉSENTATION DES OFFRES	13
8.6 DÉPÔT DES OFFRES.....	13
8.7 CRITÈRES DE SÉLECTION	14
8.8 DÉLAI DE VALIDITÉ DES OFFRES	14
8.9 CONFIDENTIALITÉ	14
8.10 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....	14
8.11 CONDITIONS GÉNÉRALES	15
8.12 CONTACTS.....	16

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...).

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

Atout France souhaite disposer de plusieurs vidéos, pour promouvoir l'univers « Palaces de France ».

Cette démarche s'inscrit dans le cadre d'une stratégie de communication et de promotion collective en partenariat avec les 24 Palaces de France en 2018.

Ces vidéos seront diffusées par l'ensemble des bureaux Atout France sur le site internet france.fr et ses déclinaisons, sur les réseaux sociaux de Atout France ainsi que sur les sites internet des Palaces et leurs réseaux sociaux.

C'est dans ce cadre que la présente mise en concurrence est lancée. Elle a pour objet la sélection d'un prestataire qui aura en charge la réalisation de vidéos promotionnelles de l'univers « Palaces de France ».

CHAPITRE 3 - Contexte

3.1 La distinction Palaces de France

Créée en 2010, la Distinction Palace permet la reconnaissance d'hôtels présentant des caractéristiques exceptionnelles. La Distinction Palace doit permettre de valoriser ces établissements sur la scène internationale vis-à-vis d'une offre concurrente de plus en plus importante.

Cet univers repose sur des valeurs communes partagées par les Palaces. Mais ce qui fait sa spécificité, c'est aussi l'identité propre et unique de chaque Palace. L'univers Palaces de France, c'est également de multiples destinations à découvrir (Paris, les Alpes, la Côte d'Azur...). Enfin, l'univers Palaces de France repose essentiellement sur un véritable art de vivre, un savoir-faire reconnu, un grand sens de l'hospitalité et la culture de l'excellence...

3.2 Les 24 Palaces de France

L'univers « Palaces de France » est incarné par 24 établissements.

(Liste officielle suite à la dernière commission de juillet 2017)

Byblos Saint-Tropez

Château de la Messardière, Saint-Tropez

Cheval Blanc Courchevel

Cheval Blanc Saint –Barth Isle de France
Four Seasons Hotel George V, Paris
Grand-Hôtel du Cap-Ferrat, A Four Seasons Hotel
Hôtel du Cap-Eden-Roc, Antibes
Hôtel du Palais, Biarritz
Hôtel Le K2 Palace, Courchevel
Hôtel Les Airelles, Courchevel
Hôtel Plaza Athénée, Paris
La Bastide de Gordes
La Réserve Paris
La Réserve Ramatuelle Hôtel Spa and Villas
Le Bristol Paris
Le Meurice, Paris
Le Peninsula Paris
Les Près d'Eugénie, Eugénie-les bains
Le Royal Evian
Le Royal Monceau Raffles Paris
Les Sources de Caudalie, Bordeaux
Mandarin Oriental, Paris
Park Hyatt Paris-Vendôme
Shangri-La Hôtel, Paris

CHAPITRE 4 - Objectifs & description des besoins

4.1 Les principaux objectifs

La mise en concurrence a deux principaux objectifs :

- Valoriser et promouvoir l'univers Palaces de France en véhiculant ses valeurs ;
- Séduire : déclencher l'envie d'un séjour exclusif en France, de venir vivre cette expérience « Palaces de France » unique au monde.

Les vidéos sur la base d'un contenu très qualitatif doivent être une véritable invitation au voyage et à la découverte des multiples expériences « Palaces de France » à travers des portraits ciblés qui témoignent de l'excellence de l'offre.

4.2 Les cibles des vidéos

Les cibles sont les suivantes :

- Cibles principales : presse digitale, influenceurs, leaders d'opinion ;
- Voyageurs éclairés, CSP+, avec une appétence pour le voyage haut de gamme et l'art de vivre.

4.3 Les messages et valeurs véhiculés par les vidéos

Révéler les multiples facettes de l'univers des Palaces, célébrer l'art de vivre et l'excellence en mettant en avant l'aspect humain. Des images élégantes, modernes, épurées et séduisantes (haut de gamme) dans l'air du temps

Raconter une histoire

Raconter une histoire et célébrer les atouts emblématiques de l'univers « Palaces de France » : les 24 palaces et leur identité forte, la variété des destinations, un véritable art de vivre, un savoir-faire reconnu incarné par de jeunes talents ou des personnalités de l'établissement (ex. Chef connu, ou artisan expert d'un savoir-faire qui œuvre en coulisse), l'hospitalité, la culture de l'excellence...

Différentes thématiques comme source d'inspiration pour la mise en scène : les métiers, les destinations, les saisons, les événements, les tendances, l'actualité...

L'homme et son savoir faire

L'humain est au cœur de ce savoir-faire et de l'expérience Palaces de France, des interviews donnant la parole aux talents de l'établissement devront ponctuer les vidéos : chef, concierge, gouvernante, pâtissier, fleuriste... Ces talents seront sélectionnés en coordination avec les Palaces sur la base d'un fil conducteur thématique et en phase avec le savoir-faire sur lequel ils souhaitent s'appuyer.

Des vidéos porteuses de valeurs

- Art de vivre à la française
- Culture de l'excellence
- Service et accueil
- Sens du détail
- Hospitalité
- Personnalisation
- Confort
- Histoire et âme du lieu
- Beauté et exception du lieu
- Diversité des univers (Paris, Bord de mer, Montagne...)
- Métiers & Savoir faire
- Gastronomie
- Élégance & Raffinement

Des valeurs à capter et à retranscrire au travers de la caméra pour relayer les messages et diffuser une image dans l'air du temps.

Le choix des sujets et la répartition des Palaces au sein des vidéos devra se faire en co-construction avec Atout France et les Palaces qui participeront à ces vidéos.

4.4 Les supports de diffusion des vidéos

Ci-dessous, les types d'utilisations prévues via le réseau Atout France monde et les réseaux des Palaces de France :

- En premier lieu, créer un rendez-vous sur le site france.fr et ses déclinaisons avec la diffusion échelonnée de nouvelles vidéos à découvrir (selon un calendrier à définir). Chaque vidéo sera accompagnée d'un article qui devra être également rédigé par le titulaire:
- Diffusion sur les réseaux sociaux et plus particulièrement la chaine YouTube Atout France ainsi que les comptes Facebook et Instagram (de Atout France et des Palaces) ;
- Les vidéos pourront également être diffusées lors d'évènements / RP – conférence de presse, salons, soirées, etc. organisés par les bureaux de Atout France à l'international, partout dans le monde.

CHAPITRE 5 - Prestations attendues

5.1 Tranche ferme

5.1.1 format des vidéos

- Une première série de plusieurs vidéos (base initiale de trois vidéos) pour les Palaces partenaires. Une même vidéo réunissant jusqu'à trois Palaces avec une visibilité égale pour chacun des Palaces ;
- Pour chaque vidéo, le format demandé devra être adapté aux réseaux sociaux : 1 minute 30 ;
- Chaque vidéo devra ensuite être déclinée en trois capsules de 45 secondes maximum et dédiée à un seul Palace partenaire (extraits de la vidéo initiale centré sur un seul Palace) ;
- Chaque vidéo devra être tournée en français avec sous-titrage en anglais ;
- Un texte de 1 feuillet maximum devra accompagner chaque vidéo (titre, chapo, texte courant : 1 000 à 1 500 caractères en tout) pour la création d'un article sur le site france.fr et ses déclinaisons ;
- Fournir également un kit social média (calendrier de posts avec accroche et traduction en anglais).

Format	Durée	Mode de diffusion	Qualité de compression
3 vidéos internet + réseaux sociaux	1'30	Diffusion sur le site france.fr (+déclinaisons) et sur notre chaîne Youtube	Full HD & BD
Déclinaison de 8 à 9 capsules (extraits des vidéos sous format court)	45' (maximum)	Accompagné d'un article pour chacune des vidéos Diffusion sur les réseaux sociaux monde de Atout France (et des Palaces partenaires)	

5.1.2 liste des 8 Palaces partenaires

Cheval Blanc Courchevel

Hôtel Plaza Athénée, Paris

La Bastide de Gordes
Le Meurice, Paris
Le Royal Evian
Le Royal Monceau Raffles Paris
Les Sources de Caudalie, Bordeaux
Park Hyatt Paris-Vendôme

Liste non définitive, susceptible d'évoluer.

5.1.3 les attentes de Atout France dans le cadre de la réalisation des vidéos

Le titulaire devra s'inscrire dans la stratégie éditoriale france.fr pour la réalisation des vidéos.

- [France.fr](https://france.fr) le média de référence

Véritable invitation au voyage, [France.fr](https://france.fr) est un média de séduction haut de gamme. Conçu pour inspirer, susciter l'envie d'expériences et de voyages immédiats, il invite à la découverte d'une France plurielle, en mouvement perpétuel, pétillante et surprenante.

[France.fr](https://france.fr) dispose d'une identité graphique élégante, moderne et épurée.

La construction du site a été pensée de façon à optimiser sa performance.

- Proposition de valeurs

France.fr est un site média qui révèle continuellement tout ce qui transforme la destination France à tous les voyageurs éclairés afin de provoquer le désir de voyage.

- Ligne éditoriale
 - Des voyages, des histoires et un je-ne-sais quoi...
 - On s'éloigne du factuel et de l'intemporel, des lieux communs et des cartes postales, pour raconter une France vibrante, mouvante, vivante... à visiter d'urgence.
 - Des marques mondiales, des itinéraires, des évènements, des savoir-faire et des rencontres qui se racontent et s'explorent au rythme des ressentis et points de vue de chacun.
 - Une approche immersive, fondée sur de nouveaux regards, des témoignages de personnalités, des jeunes talents, d'influenceurs ancrés dans leur territoire...
 - Un traitement de l'information inspiré des médias spécialistes de l'art de vivre et la culture, afin de décaler le regard pour une France inédite.

Egalement les contenus des vidéos devront être adaptés aux clientèles internationales. [France.fr](https://france.fr) est un site décliné en 17 langues. Les vidéos devront pouvoir

être visionnées et reprises sur l'ensemble des sites. Les vidéos peuvent contenir des interviews ou des phrases prononcées mais cela implique du sous-titrage, et ces passages doivent être plus limités.

Il faut également garder en tête que les contenus s'adressent à des publics internationaux, et donc se limiter dans les références trop pointues ou peu compréhensibles.

Le titulaire prend en charge toutes les autorisations nécessaires pour la diffusion des vidéos dans les conditions définies aux présentes (autorisations de tournages, droit à l'image des personnes reproduites, droits musicaux, déclarations auprès des divers organismes, etc.).

5.2 Tranche optionnelle

Une deuxième série de vidéos pourra faire l'objet d'une commande complémentaire pour couvrir d'autres Palaces qui deviendraient partenaires.

Atout France se réserve le droit d'affermir ou non, pendant la durée d'exécution du marché (sans indemnité en cas de non affermissement), cette prestation.

CHAPITRE 6 – Budget

Une enveloppe maximale de vingt-cinq mille cinq cents euros Hors Taxes (**25 500 € HT**) pour la production des vidéos sur la base de 3 vidéos, soit un budget estimatif indicatif de huit mille cinq cents euros Hors Taxes (8 500 € HT) par vidéo.

Le devis devra détailler l'ensemble des postes suivants :

- Coordination du projet,
- Tournages (équipes, matériel, frais de déplacement),
- Post production image et son,
- Habillage graphique,
- Droits musicaux pour une diffusion externe, réseaux sociaux et site de partage,
- Kit média (article web + posts RS)
- Cession de droits sur les vidéos au profit de Atout France dans les conditions définies à l'article 8.10 du présent cahier des charges.

Les prestations relevant de la tranche optionnelle devront également faire l'objet d'un devis.

Remarque : les prix indiqués en euros dans le devis devront être fermes et définitifs.

CHAPITRE 7 – Calendrier

Le tournage et le montage des vidéos devront se dérouler au fur et à mesure à compter de la prise d'effet du contrat avec l'agence sélectionnée.

Les tournages dans les Palaces en bord de mer devront se terminer fin septembre 2018 au plus tard (et avant la fermeture des hôtels uniquement ouverts en période estivale).

Les tournages dans les Palaces à la montagne devront s'adapter en fonction de l'arrivée des premières neiges et selon la date d'ouverture des hôtels uniquement ouverts l'hiver (aux alentours du 17 décembre 2018).

Livraison définitive des vidéos validées par Atout France : au plus tard le 31 décembre 2018.

La livraison des vidéos complémentaires des nouveaux Palaces partenaires qui pourraient se joindre au projet par la suite (tranche optionnelle) sera définie d'un commun accord entre le titulaire et Atout France.

CHAPITRE 8 - Le règlement de la consultation

8.1 Objet de la consultation

Atout France recherche un prestataire afin de réaliser des vidéos pour promouvoir l'univers « Palaces de France ».

Sous réserve de la conclusion d'un contrat entre Atout France et le candidat retenu, les prestations seront réalisées à partir du 23 juillet 2018 pour une durée de un (1) an, soit jusqu'au 22 juillet 2019.

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 8.12 « Contacts ».

Tout renseignement relatif au contenu technique de la consultation peut être obtenu jusqu'au jeudi 21 juin 2018 inclus, par mail uniquement à l'adresse suivante : clemence.baret@atout-france.fr

Il est acquis que l'ensemble des candidats recevra 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 ou ceux 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.

8.3 Rétro planning

Remise du cahier des charges aux candidats et publication sur le site atout-france.fr	Mardi 12 juin 2018
Date limite de réception des offres	Jeudi 28 juin 2018 à 12H00 heure de Paris
Choix définitif du prestataire retenu	A partir du mardi 10 juillet 2018

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

8.4 Dossier de consultation

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

8.5 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,
- ✓ 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).

8.6 Dépôt des offres

Les offres, rédigées en français, devront impérativement être remises avant le jeudi 28 juin 2018 à 12h00 heure de Paris, en un (1) exemplaire par voie postale à :

ATOUT FRANCE
« Vidéos Palaces de France »
A l'attention de Clémence BARET
79/81 rue de Clichy
75009 Paris

Les offres devront être remises **en un (1) exemplaire** et envoyées soit par courrier recommandé avec accusé de réception, soit par le biais d'une société spécialisée, soit par porteur.

Atout France souhaiterait qu'une copie des offres soit également adressée par mail à l'attention de clemence.baret@atout-france.fr pour le bon suivi de la consultation.

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

8.7 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) :

- La créativité / originalité du concept, un synopsis détaillé et argumenté (35/100) ;
- Les moyens techniques et humains proposés (accompagnement, proposition de techniques propres aux candidats, mise à disposition de spécialistes de ces techniques) et mise en œuvre du concept (30/100) ;
- Les coûts (25/100) ;
- La réactivité / capacité à réaliser les vidéos dans le timing demandé : motivation et délais tenus en vue de la livraison (10/100).

8.8 Délai de validité des offres

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

8.9 Confidentialité

Cette consultation est confidentielle. Les contacts doivent être exclusifs entre le personnel de Atout France et les candidats.

Les candidats s'engagent, à titre de clause de confidentialité, pendant une durée de cinq (5) 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 de Atout France à exiger de la part de leurs préposés et sous-traitants la même obligation de confidentialité.

8.10 Propriété intellectuelle

Si des œuvres sont créées dans le cadre de la présente consultation et/ou de l'exécution du marché, en particulier les vidéos promotionnelles « Palaces de France » et leurs rushs, 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 dix (10) ans à compter de la date de prise d'effet du contrat entre Atout France et le candidat retenu.

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

Le titulaire accepte d'ores et déjà que les Palaces partenaires de Atout France ainsi que ceux qui pourraient se joindre au projet par la suite sont autorisés à reproduire et représenter les œuvres cédées par le titulaire à Atout France, en tout ou partie, dans les mêmes conditions que celles stipulées ci-dessus.

Le titulaire fait son affaire d'obtenir des auteurs, inventeurs, graphistes, photographes 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 titulaire 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, photographies, polices de caractères spécifiques, affiches, etc.) sur support dématérialisé en version HD et BD.

8.11 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 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 trente (30) 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.

8.12 Contacts

Clémence BARET
Responsable du Cluster Tourisme d'Affaires
Clemence.baret@atout-france.fr

Vu, paraphé et signé 16 pages, à _____, le

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

Titre :

Signature :