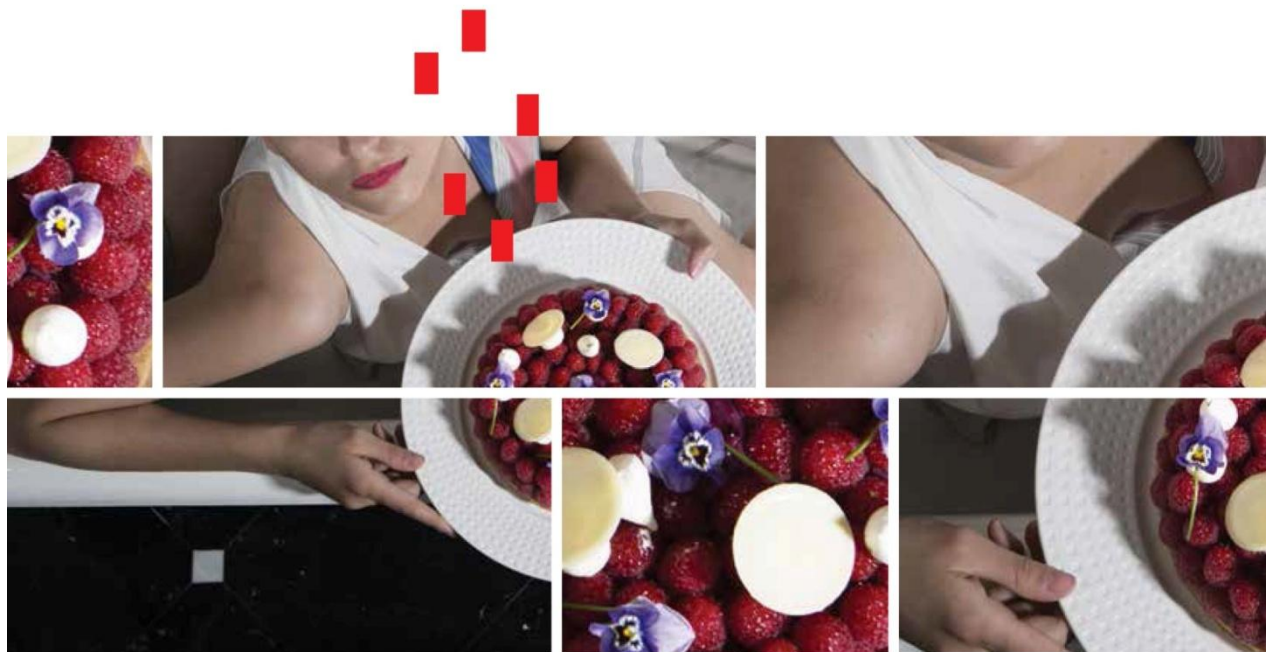


# ATOUT FRANCE

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE DE LA FRANCE



## **CAHIER DES CHARGES** CAMPAGNE EVENEMENTIELLE AUTOUR DE LA THEMATIQUE DE LA NUIT À PARIS

---

# 1. Présentation de Atout France

---

## 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.

Enfin, plusieurs dispositifs contribuant à la qualité sont pilotés par Atout France : classement des hébergements de tourisme, immatriculation des opérateurs de voyages mais également promotion de labels comme « Vignobles & Découvertes » ou la distinction Palace.

**Pour en savoir plus :**

[atout-france.fr](http://atout-france.fr) et [France.fr](http://France.fr)



### CHIFFRES CLÉS ATOUT FRANCE

**500**

campagnes de communication dont **350** campagnes numériques

**260**

événements presse hors accueil de presse

**1 800**

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

**+ de 600**

événements professionnels à l'international

**1 700**

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

**14**

publications techniques et **13** journées de formation pour **662** participants

**168**

diagnostics territoriaux, assistances aux montages de projets et études

*Données 2015*

---

## 2. Contexte

---

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 sont menées, visant à faire de nouveau rayonner la capitale et ses différents acteurs touristiques.

C'est dans le cadre de ce grand plan de relance que Atout France, en appui de l'OCTP, souhaite lancer plusieurs grandes campagnes événementielles. Ces campagnes viseront à faire vivre la destination en France et à l'international durant toute l'année 2017. L'idée est de créer un sentiment d'urgence à la visite : c'est maintenant qu'il faut visiter Paris car il s'y passe des choses immanquables.

L'une des ambiances identifiée, et méritant de faire l'objet d'une campagne événementielle spécifique, est celle du Paris festif (bars, terrasses, clubs, festivals, etc).

C'est pourquoi, dans le cadre des présentes, Atout France entend sélectionner un prestataire en charge d'une campagne événementielle autour de la thématique de la nuit à Paris, qui sera relayée par Atout France et l'OTCP.

---

## 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 de la campagne événementielle autour de la thématique de la nuit à Paris, relayée par Atout France et l'OTCP :

- proposition d'un concept de campagne en lien avec l'identité graphique de la campagne FEEL (peu importe les supports) (cf. annexe 2),
- production éditoriale et graphique, à savoir des contenus rédactionnels autour du parcours nuit,
- développements, réalisation de vidéos ou autre contenus si possible interactifs, permettant d'accéder à une adresse de lieu,
- organisation logistique des événements de street-marketing, qui consiste à utiliser la rue et les lieux publics pour promouvoir un événement, un produit ou une marque.

Les prestations attendues dans ce cadre sont détaillées ci-dessous à l'article 4 du présent cahier des charges.

---

## 4. Prestations demandées au prestataire sélectionné

---

Dans le cadre de la réalisation de la campagne événementielle, les cibles retenues sont les suivantes :

- **Typologie de touristes** : la campagne entend cibler en priorité les jeunes Européens urbains citybreakers, à savoir les personnes voyageant sur de courtes durées, intégrant la dimension festive dans leur choix de destination et désireux de découvrir (primo visiteurs) ou de redécouvrir (repeaters) une ville à travers des moments de convivialité et des événements nocturnes.
- **Age** : 16-35 ans.
- **Nationalités** :
  - Cœur de cible : Espagne, Italie, Portugal, Suisse, Belgique, Luxembourg, Autriche, Irlande, Danemark, Suède, Norvège, Grèce ;
  - Cibles secondaires : UK, Pays-Bas et Allemagne, déjà traités dans des campagnes parallèles mais pouvant néanmoins être ciblés ;
  - Autres cibles : Dans une moindre mesure, France, Amérique du Nord.
- **Les objectifs recherchés dans le cadre de la campagne événementielle sont** :
  - **Valoriser l'image festive de la destination** et montrer Paris comme une capitale européenne où de nombreux endroits invitent à l'amusement, à la fête, à la folie ;
  - **Identifier et mobiliser les caractéristiques différenciantes** de la nuit parisienne, comparativement à d'autres capitales comme Berlin, Londres, Amsterdam, etc., afin d'inciter les touristes, face à de nombreux choix de destinations européennes possibles, à plébisciter Paris. Il est, à ce propos, nécessaire de mettre en avant l'offre extrêmement variée de lieux et d'événements festifs :
    - l'importance de la convivialité et du partage (notamment au travers d'apéritifs, de dégustations) ;
    - la diversité des styles : soirées électro, jazz / swing, musiques latines, hip-hop / R&B, open mic' de rap, rétro, afterworks, apéritifs / dégustations de vin, soirées à thème, soirées LGBT, etc. ;
    - la diversité et l'originalité des lieux : terrasses, rooftops (bar comprenant une terrasse sur toit), speakeasy (bars clandestins américains), péniches, guinguettes, musées (soirées au Palais de Tokyo), lieux atypiques (ancienne maison en plein cœur des Buttes Chaumont au Pavillon Puebla, ancien hôpital réhabilité à la Lingerie, Docks avec la Concrete), lieux éphémères (Ground Control / Grand Train), etc. ;
    - etc.

- Faire remonter la destination Paris sur les **carrefours d'audience** intéressés par cette thématique de la nuit et montrer l'intérêt de s'y rendre pour pour découvrir ces lieux et événements festifs ;
- **Générer du trafic sur les sites** respectifs de Atout France et de l'OTCP : France.fr et parisinfo.com ;
- **Générer du trafic sur les réseaux sociaux** respectifs de Atout France et l'OTCP : @rendezvousenfrance et @parisjetaime.  
Toutefois, les réseaux sociaux de Atout France sont différents en fonction des marchés concernés. Un tableau récapitulatif des réseaux sociaux est par conséquent communiqué en annexe 1.

Les formats retenus dans le cadre de la mise en œuvre de la campagne événementielle s'articuleront essentiellement autour d'un accompagnement (qui pourrait consister en la création d'un site Internet, l'intégration sur les sites de Atout France de parcours interactifs, la réalisation des vidéos qui pourront être utilisées sur les réseaux sociaux de Atout France détaillés en annexe 1, des contenus de posts pour lesdits réseaux sociaux, des sollicitations de bloggeurs, etc), avec la production de contenus dédiés à la nuit à Paris qui auront vocation à être partagés sur les différents outils de communication de Atout France et de l'OTCP, ainsi que sur ceux de leurs partenaires.

Le format exact sera à déterminer en fonction des recommandations des candidats et de leurs réponses aux objectifs de valorisation de la dimension festive de la destination et des différents transporteurs et/ou plateforme de réservation.

Elle pourra éventuellement être complétée par une partie street-marketing venant combiner web et action sur le terrain.

Cette campagne s'appuiera sur une campagne d'activation (en partenariat avec un transporteur et/ou une plateforme de réservation) qui sera quant à elle gérée intégralement par Atout France et l'OTCP.

Enfin, les contenus réalisés dans le cadre de la campagne événementielle feront également l'objet d'une campagne de paid media, gérée par la régie publicitaire de Atout France, qui permettra de décupler leur visibilité. Ils devront donc être pensés de façon à être les plus viralisables possibles.

Une première intention media peut être envisagée.

#### ➤ **Contraintes :**

- Etant donné le nombre de nationalités ciblés, des contenus qui ne nécessitent pas de traduction pour une diffusion large au réseau international de Atout France sont à privilégier. Si des frais de traduction sont jugés nécessaires par rapport au projet proposé, il faudra les intégrer dans la ventilation budgétaire du candidat.

- L'identité graphique #FeelParis, détaillée en annexe 2, devra être intégrée dans les propositions des candidats et rester dans le ton de la campagne (jouer sur les 5 sens) afin que les contenus de la campagne complète s'intègrent aux campagnes mises en place avec les transporteurs (US-UK-ALL-CAN-US).  
Le hashtag **#FeelParis** devra être relayé sur l'ensemble des opérations déterminés.

---

## 5. Contacts

---

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter uniquement par mail :

[marie.cransac@atout-france.fr](mailto:marie.cransac@atout-france.fr) et [lionel.bertouneche@atout-france.fr](mailto:lionel.bertouneche@atout-france.fr)

---

## 6. Calendrier

---

Le prestataire retenu devra être en mesure d'assurer une prestation en avril 2017.

---

## 7. Budget

---

Une enveloppe maximale prévisionnelle de 60 000 euros HT (soixante-mille euros Hors Taxes) sur l'exercice budgétaire 2017 sera accordée à cette action.

---

## 8. Règlement de la consultation

---

### 8.1. Périmètre contractuel

Atout France lance une mise en concurrence dont l'objet est la sélection d'un prestataire qui aura la charge de l'accompagnement, avec la production de contenus, dédiés à la nuit à Paris, sur une campagne événementielle autour de la thématique de la nuit à Paris, qui sera relayée par Atout France et l'OTCP : proposition d'un concept de campagne, production éditoriale et graphique, développements, réalisation des vidéos ou autre contenus si possible interactifs, organisation logistique des événements de street-marketing.

Le contrat qui en découlera, entre Atout France et le candidat sélectionné, prendra effet à compter du 11 avril 2017 pour une durée de 2 (deux) mois, soit jusqu'au 10 juin 2017.

## 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, les candidats peuvent contacter par mail les personnes citées au chapitre 5 « Contacts ».

Tout renseignement complémentaire relatif au contenu technique de la consultation peut être obtenu jusqu'au 5 avril 2017.

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 donnée par téléphone.

## 8.3. Calendrier

Remise du cahier des charges aux candidats	Le 28 mars 2017
Date limite de réception des offres	Le 10 avril 2017 à 12h00 (heure de Paris)
Choix définitif du prestataire	A partir du 11 avril 2017

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 et ses annexes :

- Tableau récapitulatif des réseaux sociaux de Atout France ;
- Identité graphique de la campagne #FeelParis.

## 8.5. Présentation des offres

Les candidats doivent prendre connaissance du cahier des charges dont l'objet est de :

→ Déterminer l'objet et le contenu des prestations demandées aux candidats.

### **Structure du dossier**

Les candidats souhaitant répondre au présent cahier des charges devront obligatoirement fournir un dossier comportant les éléments suivants :

- > Le budget de leur prestation en distinguant, poste par poste, les honoraires, les frais techniques et les droits de propriété intellectuelle afférents,
- > Le concept de campagne et le développement des actions,

- > Détail de l'accompagnement sur la mise en œuvre de l'opération retenue,
- > Des exemples de réalisations précédentes,
- > Les coordonnées complètes du candidat, comprenant les coordonnées des interlocuteurs à contacter (notamment téléphone mobile et adresse mail, le cas échéant).

## 8.6. Dépôt des offres

Les offres, rédigées en français, devront impérativement être envoyées avant le 10 avril 2017, 15h00 (heure de Paris), en 1 (un) exemplaire électronique aux adresses email suivantes :

[marie.cransac@atout-france.fr](mailto:marie.cransac@atout-france.fr) et [lionel.bertouneche@atout-france.fr](mailto:lionel.bertouneche@atout-france.fr)

Pour être acceptée, l'offre devra donc être adressée à Atout France sous format électronique dans les délais indiqués ci-dessus.

**Important : chaque candidat devra joindre à son devis 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 intéressante en tenant compte des éléments suivants (le total des critères est égal à 100) :

- > la créativité / originalité du concept (20/100),
- > l'accompagnement et la mise en œuvre du concept (15/100),
- > la réactivité (20/100),
- > les coûts (30/100),
- > les moyens humains et techniques mis en œuvre (15/100).

## 8.8. Délai de validité des offres

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

## 8.9. Clause de confidentialité

Cette mise en concurrence 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 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 consultation, 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 éventuels sous-traitants 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 n'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 la/les vidéo(s) promotionnelle(s), 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, de les traduire, 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 10 (dix) ans à compter de la date de signature du contrat entre Atout France et le candidat retenu.

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

Le candidat retenu 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 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 une clef USB.

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 2

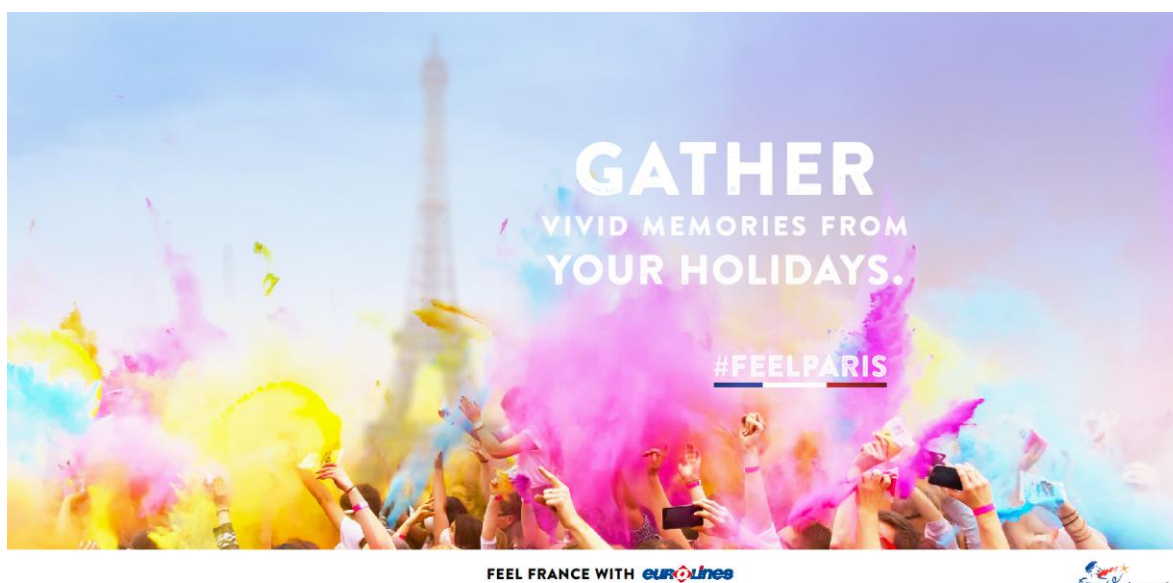
Le déploiement de l'identité graphique de la campagne #Feel Paris est étendu à toutes les campagnes de communication qui seront menées dans le cadre du plan de relance

Condition d'utilisation de la charte graphique #Feel et déclinaisons : Les claims des visuels proposés peuvent être traduits/adaptés pour une utilisation localement sur les marchés.

Des masters de bannières web sont disponibles.

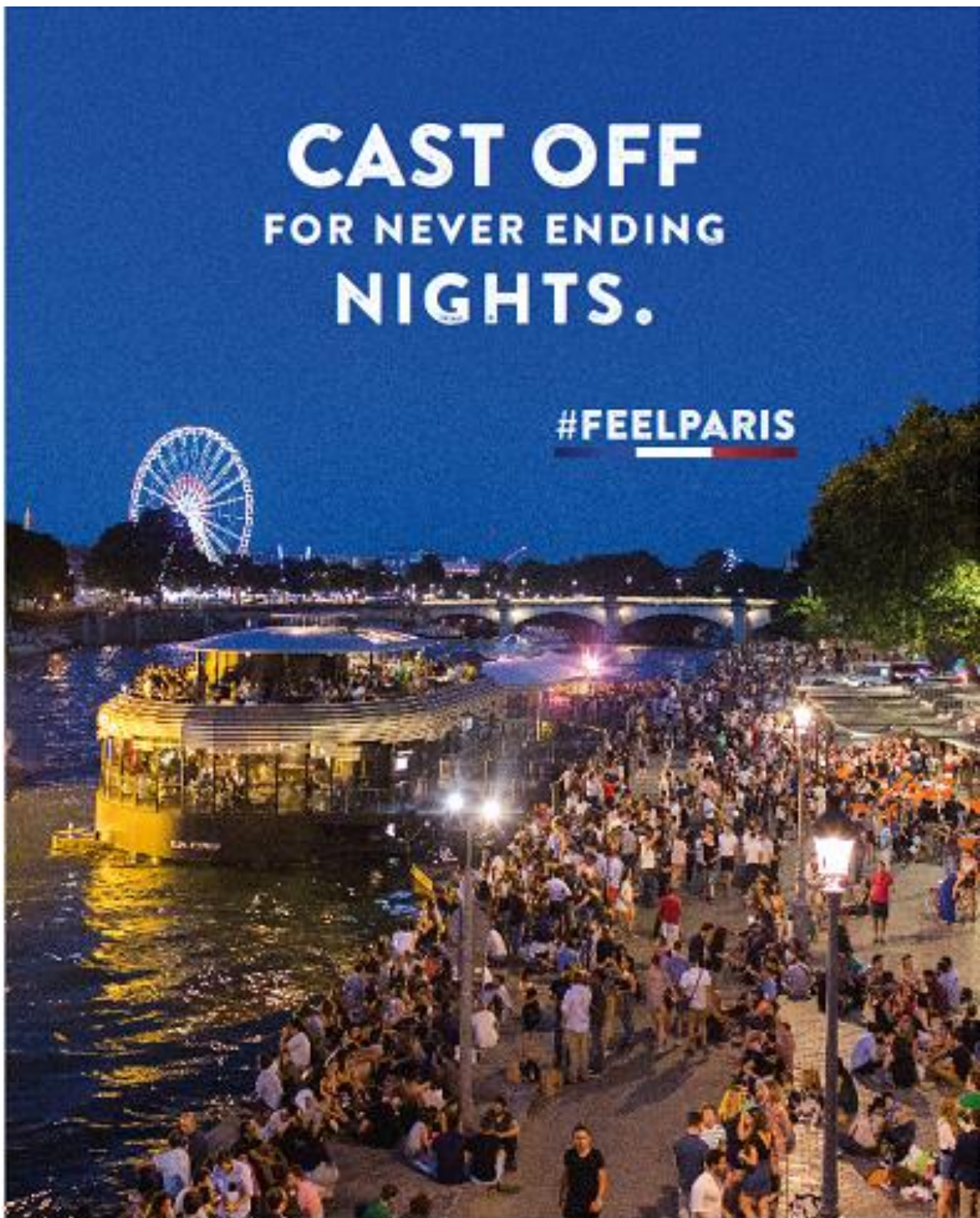
Exemples de dispositifs déployés :

- Dispositif Feel en EN : <http://uk.france.fr/en/feel-paris>
- Landing page ALL et NL : [http://de.france.fr/de/paris-0 /](http://de.france.fr/de/paris-0/)



# CAST OFF FOR NEVER ENDING NIGHTS.

#FEELPARIS



FEEL FRANCE WITH

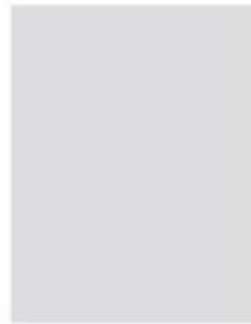
PARIS  
*Je l'aime*

volos  
snct.com  
The Official Site of the 2011

France  
france.fr



ATOUT  
FRANCE



79-81 rue de Clichy  
75009 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 42 96 70 00  
Fax : +33 (0)1 42 96 70 11