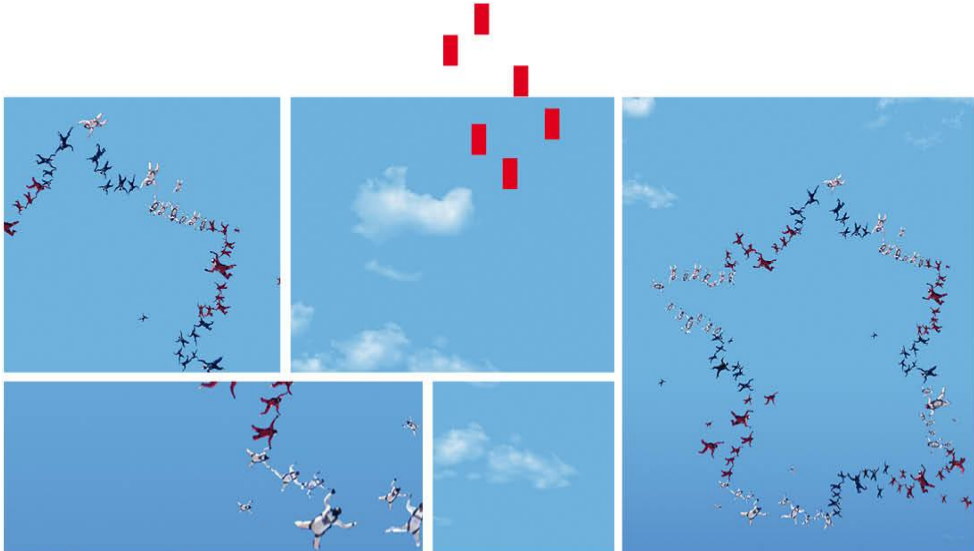


ATOUT FRANCE

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE DE LA FRANCE



**CAHIER DES CHARGES
ORGANISATION DE LA SOIREE FRANCE**

**dans le cadre du Salon IGTM 2017
(International Golf Travel Market)
à Cannes**



SOMMAIRE

1	PRESENTATION.....	5
1.1	ATOUT FRANCE.....	5
1.2	STRATEGIE DU TOURISME FRANÇAIS A L'HORIZON 2020	6
1.2.1	DEVELOPPER UNE OFFRE TOURISTIQUE DE QUALITE ET DIVERSIFIEE.....	7
1.2.2	MESURES	7
1.3	MARQUES DE DESTINATIONS ET POLES D'EXCELLENCE	8
1.3.1.	MARQUES DE DESTINATIONS MONDIALES	9
1.3.2.	LES MARQUES DE DESTINATIONS LIEES AUX CONTRATS DE DESTINATION	9
1.3.3.	POLES D'EXCELLENCES.....	10
2.	CONTEXTE.....	10
2.1.	PRESENTATION DU SALON IGTM	10
2.2	DATES ET CALENDRIER 2017 DU SALON IGTM	11
2.3	PUBLIC CONCERNE	11
3.	OBJET DE LA CONSULTATION	11
4.	MISSIONS ET PRESTATIONS ATTENDUES.....	12
4.1	ORGANISATION ET DEROULEMENT DE LA SOIREEE FRANCE	12
4.1.1	ACCUEIL DES INVITES	12
4.1.2	COCKTAIL DINATOIRE ET ANIMATIONS	12
4.1.3	SOIREE DANSANTE	12
4.1.4	REMISE DE "AWARDS".....	13
4.2	LIEU DE LA SOIREE	13
4.3	CONCEPT DE LA SOIREE.....	13
4.4	RESTAURATION	13
4.5	VINS ET SPIRITUEUX LORS DE LA SOIREE	15
4.5.1	PARTENARIATS	16
4.5.2	MISE EN AVANT DES VINS ET SPIRITUEUX LORS DE LA SOIREE	16
4.6	DECORATION ET SIGNALIQUETIQUE.....	16
5.	REGLEMENT DE LA CONSULTATION.....	16
5.1	OBJET DE LA CONSULTATION	16

5.2 DEROULEMENT DE LA PROCEDURE	16
5.3 CONTACTS	16
5.4 DOSSIER DE CONSULTATION	17
5.5 BUDGET INDICATIF	17
5.6 MODE DE PRESENTATION DES OFFRES	17
5.6.1 STRUCTURE DES OFFRES	17
5.6.2 DEPOT DES OFFRES	18
5.6.3 INFORMATION DES CANDIDATS	18
5.6.4 PRESENTATION DES OFFRES	19
5.7 CRITERES DE SELECTION	19
5.8 DELAI DE VALIDITE DES OFFRES.....	19
5.9 PROPRIETE INTELLECTUELLE.....	20
5.10 CONFIDENTIALITE	20
5.11 PRECISIONS COMPLEMENTAIRES.....	20
5.12 CONDITIONS GENERALES DE LA CONSULTATION	21
<u>6 ANNEXES</u>	<u>22</u>
ANNEXE 1 CHARTE DE LA MARQUE FRANCE ET LOGO	23
ANNEXE 2 CHARTE DU LOGO DU SALON IGTM ET LOGO	24
ANNEXE 3 LOGO RYDER CUP 2018 ET CHARTE D'UTILISATION.....	24
ANNEXE 4 PLAN DE LA ROTONDE LERINS.....	27
ANNEXE 5 LISTE DES TRAITEURS AGREES PAR LE PALAIS DES FESTIVALES DE CANNES	28

1 PRESENTATION

1.1 ATOUT FRANCE

Atout France, opérateur unique de l'Etat 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 et filières.

Grâce à ses 33 bureaux répartis dans 30 pays, Atout France couvre 78 marchés d'intervention avec la collaboration étroite des ambassades et dispose ainsi d'une connaissance pointue des clientèles touristiques internationales et des acteurs de la distribution.

Cette expertise des marchés lui permet de proposer aux professionnels des outils de compréhension de la demande tels que des lettres de conjoncture par pays et par filière, des études de marchés (Chine, Brésil, Russie, Asie du Sud-est, etc.) ou des baromètres de conjoncture, et de conduire des actions marketing et de promotion efficaces.

Atout France 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 (un site puissant, www.france.fr, 3 millions de fans sur les réseaux sociaux), 5,5 millions de contacts qualifiés dans le Customer Relationship Management (CRM), ainsi que des campagnes de communication ou des éditions.

Les professionnels du tourisme international sont aussi sensibilisés aux atouts de la destination (salons, workshops, démarchages, éductours, etc.) ainsi que la presse (voyages de presse, conférences de presse, etc.).

Atout France organise également plusieurs salons professionnels qui font référence : Rendez-vous en France qui réunit plus de 900 tour-opérateurs internationaux, Grand Ski, Destination Vignobles, France Meeting Hub, etc.

Pour stimuler l'offre touristique et accroître sa qualité, Atout France accompagne les territoires dans leur stratégie de développement et contribue au montage de projets d'investissement (825 millions d'euros accompagnés au cours des 18 derniers mois).

Une quinzaine de travaux et études paraissent également chaque année pour permettre aux professionnels de mieux valoriser leurs potentiels, d'optimiser leurs choix de gestion et d'ajuster leurs processus de développement (ex : les clientèles du luxe, le marché du bien-être, les réseaux et media sociaux dans le tourisme, etc.) ; études dont les conclusions servent régulièrement dans le débat public.

Plusieurs dispositifs contribuant à la qualité sont également pilotés par Atout France : classement des hébergements de tourisme (14 000 hôtels classés selon les nouveaux



critères), immatriculation des opérateurs de voyages mais également promotion de labels comme « Vignobles & Découvertes » pour l'œnotourisme porté par 54 vignobles ou encore la distinction Palace attribuée à 23 établissements en France.
Pour en savoir plus : www.atout-france.fr ou www.france.fr.

1.2 STRATEGIE DU TOURISME FRANÇAIS A L'HORIZON 2020

Le 11 juin 2015, lors de la réunion de conclusion du Conseil de promotion du tourisme, Laurent Fabius a présenté la stratégie à l'horizon 2020, rappelant que la plupart des décisions, annoncées lors des Assises du tourisme, sont déjà appliquées ou en cours d'application (les 11 contrats de destination, les 5 pôles d'excellence, les visas moins de 48h pour les touristes chinois et indiens notamment, le nettoyage des autoroutes franciliennes, les SMS de bienvenues au touristes chinois, etc.).

En un an, la France passée de la 7^{ème} à la 2^{ème} place mondiale dans le classement établi par le World Economic Forum concernant la compétitivité dans le secteur du tourisme, classement qui prend en compte l'action des pouvoirs publics.

- Parmi les 40 propositions du rapport général du conseil, Laurent Fabius a endossé les mesures suivantes, qui relèvent du « carré du succès », à savoir les 4 domaines essentiels dans lesquels notre tourisme doit encore progresser : **L'amélioration de l'accueil**, qui doit devenir une priorité nationale. Les mesures décidées concernent tant la préparation du voyage (faciliter l'obtention des visas, enrichir des contenus touristiques des médias globaux), que son bon déroulement (lancement d'une importante campagne de communication sur l'hospitalité des Français et des professionnels, facilitation des procédures de détaxe) ;
- **L'adoption d'une stratégie cohérente de promotion autour d'un nombre resserré de marques de destination** dotées d'une notoriété mondiale, pour concentrer les efforts et les moyens financiers ;
- **Le développement des technologies numériques**. Cela passe par la refonte du portail de promotion touristique, la couverture par le très haut débit des principales zones touristiques, l'adoption d'un « citypass » dématérialisé en région Ile-de-France (avant l'Euro 2016) et par la clarification des relations contractuelles entre les acteurs traditionnels du secteur touristique et les professionnels du numérique. L'adoption de deux importantes mesures, le 10 juin 2015, par l'Assemblée nationale, va dans ce sens (création d'un contrat de mandat entre les hôteliers et les grandes centrales de réservation et suppression de la clause de parité tarifaire) ;
- **La valorisation des métiers du tourisme** et le renforcement de la formation des professionnels, en mettant l'accent sur la maîtrise des langues étrangères, la qualité du service, le savoir-faire numérique et la culture générale. La création d'une conférence des établissements d'excellence est nécessaire pour améliorer la visibilité de l'offre de formation. La création d'une chaire de recherche consacrée au tourisme devrait contribuer à mieux fédérer les milieux académiques et professionnels du secteur. La formation en ligne sera développée ;

- **La mise en place d'une stratégie d'investissement pour le tourisme**, avec la création d'un fond d'investissement dédié. Il sera constitué, à l'automne, par la Caisse des dépôts et consignations. Par ailleurs, le 3^{ème} Programme Investissement d'Avenir) comportera un volet dédié au tourisme, à la disposition des entreprises en 2016 ;
- **Le soutien aux initiatives mettant en avant la diversité des terroirs et produits**. Les traditionnelles Journées du patrimoine deviendront les « Journées des patrimoines » intégrant désormais aussi notre patrimoine immatériel, en particulier notre gastronomie. En raison du succès de la première édition, l'opération « Goût de France » a été renouvelée en 2016. Un « classement des classements » gastronomiques a été lancée à l'automne 2016 pour introduire davantage de transparence dans les classements internationaux.

1.2.1 DEVELOPPER UNE OFFRE TOURISTIQUE DE QUALITE ET DIVERSIFIEE

- **Constituer cinq pôles d'excellence** : le pôle « œnotourisme », le pôle « tourisme de montagne », le pôle « écotourisme/slowtourisme », le pôle « tourisme de savoir-faire » (artisanat, luxe) et le pôle « tourisme urbain/nocturne ». Ces pôles visent à développer et accroître la visibilité de l'offre touristique française à l'international sur certaines thématiques à fort potentiel ;
- **Financer ces filières d'excellence par le Programme Investissement d'Avenir**. Ce programme, mis en œuvre par le Commissariat général à l'investissement, a pour but de financer des priorités telles que l'innovation ou la compétitivité de nos entreprises. Le tourisme, qui constitue l'une de nos filières d'excellence et d'innovation, doit pouvoir en bénéficier, à hauteur de 15 millions d'euros ;
- **Fédérer les acteurs autour d'une marque territoire**. Annoncée par Laurent Fabius à l'issue des Assises du tourisme en juin 2014, ces contrats de destination permettent d'associer tous les acteurs français du tourisme, publics et privés, autour d'une même marque de territoire et de proposer une offre mieux structurée et plus visible sur le plan international. La promotion à l'international de ces destinations se fait en lien avec Atout France. Suite à l'appel à projets « contrats de destination V2 », une quarantaine de dossiers avaient été reçus ;
- **20 destinations ont été sélectionnées, en deux temps**. Laurent Fabius a signé la 2^{ème} vague de contrats le 26 juin 2015, concernant : « Arts de vivre en Provence », « Autour du Louvre Lens », « Bretagne », « Champagne », « Corse », « Guyane », « Paris la ville augmentée », « Pyrénées », « Vallée de la Dordogne ». Ces 9 contrats viennent s'ajouter aux 11 premiers signés le 16 décembre 2015.

1.2.2 MESURES

Le 8 octobre 2015 s'est tenue la première Conférence annuelle du tourisme, un rendez-vous marqué par des annonces importantes pour le tourisme.

Après les Assises du tourisme en 2014, puis le Conseil de promotion du tourisme en 2015, l'objectif de cette 1^{ère} Conférence annuelle du tourisme était de réunir tous les acteurs pour faire le point sur les mesures prises, et les chantiers restant à ouvrir pour renforcer le secteur. En clôture de la conférence, Laurent Fabius a procédé à des annonces précises concernant 4 axes prioritaires d'actions :

- **L'accueil**

En plus des mesures d'assouplissement d'obtention des visas dans de nombreux pays, une campagne de communication a été lancée par Atout France au printemps 2016 dans le cadre des préparatifs de l'Euro 2016.

- **L'investissement**

Une plate-forme d'investissements, « France Développement Tourisme », a été créée et est gérée par la Caisse des dépôts et consignations, disposant d'un fond de 1 milliard d'euros. Il permettra d'investir dans la rénovation et la construction d'hébergements, d'équipements et infrastructures (ports de plaisance, parcs d'exposition, etc.), ainsi que dans les entreprises et PME innovantes du tourisme français.

- **La formation**

Une Conférence des formations d'excellence dans le tourisme a été créée dont le pilotage est confié à la chambre de commerce et d'industrie de Paris, Île-de-France. Le dispositif concernera à la fois des formations d'enseignement supérieur spécialisées, mais également des cursus plus généralistes proposant des enseignements tourisme. Le MOOC Accueil France, développé par Atout France, en partenariat avec Tourism Academy, complètera ce dispositif.

- **Le numérique**

Le site « www.france.fr » est, depuis le 8 octobre 2015, le portail de la destination France. Ce nom de domaine, très puissant, remplace désormais « www.rendezvousenfrance.com » et va permettre de booster l'audience du site.

Atout France en partenariat avec d'autres acteurs, a, entre autres missions d'enrichir les contenus du site et d'assurer le développement international du site « www.france.fr ».

Le site « www.france.fr » se positionne comme un site média qui inspire le visiteur et constitue un outil de séduction pour la destination. Il doit être une vitrine du meilleur de l'art de vivre français, résolument haut de gamme afin de créer le désir de France.

1.3 MARQUES DE DESTINATIONS ET POLES D'EXCELLENCE

En droite ligne avec la feuille de route définie précédemment, les actions menées par Atout France doivent clairement valoriser :

- Les marques de destinations mondiales ;

- Les marques de destinations liées aux contrats de destination ;
- Les pôles d'excellence (écotourisme, montagne été, savoir-faire, tourisme nocturne, oenotourisme).

1.3.1 MARQUES DE DESTINATIONS MONDIALES

Les marques de destinations mondiales sont au service du développement de la destination France dans son ensemble. Il s'agit d'utiliser la puissance des marques mondiales pour en faire bénéficier les produits et les autres destinations et de maintenir l'énergie de la marque mondiale.

Un collège des marques a été créé et a identifié 16 marques mondiales. Ildevra en évaluer leur poids et évolution :

- | | |
|---------------------|-----------------------------|
| • Paris, | • Côte d'Azur, |
| • Provence, | • Corse, |
| • Bordeaux, | • Val de Loire, |
| • Champagne, | • Alsace, |
| • Normandie, | • Lyon, |
| • Bretagne, | • Biarritz Pays Basque, |
| • Bourgogne, | • Toulouse – Pyrénées, |
| • Alpes-Mont Blanc, | • Languedoc – Méditerranée. |

1.3.2 LES MARQUES DE DESTINATIONS LIEES AUX CONTRATS DE DESTINATION

20 contrats de destinations ont été validés par l'Etat :

- | | |
|---|--------------------------|
| • Voyages dans les Alpes, | • Vallée de la Dordogne, |
| • Vosges, | • « Pyrénées », |
| • Jura, | • Corse, |
| • Auvergne – Destination nature, | • Région Guyane. |
| • Mont St Michel et sa baie, | |
| • Biarritz – Destination Golf, | |
| • Val de Loire, | |
| • Impressionnisme (Normandie et Ile de France), | |
| • Bourgogne, | |
| • Lyon, | |
| • Bordeaux, | |
| • Champagne, | |
| • Provence, | |
| • « Autour du Louvre Lens », | |
| • « Paris : la ville augmentée », | |
| • Bretagne, | |

1.3.3 POLES D'EXCELLENCES

Les atouts des marques de destinations sont retranscrits à travers les thématiques les plus emblématiques de la destination. 5 pôles d'excellence ont été identifiés :

- Oenotourisme,
- Ecotourisme,
- Montagne été, sports,
- Savoir-faire,
- Tourisme nocturne.

La signature France composée d'un logo et d'une URL, « www.france.fr », reste la signature de la destination (cf. annexe 1).

2. CONTEXTE

2.1 PRESENTATION DU SALON IGTM

Organisé par Reed Expo, l'International Golf Travel Market (IGTM) réunit chaque année pas moins de 400 représentants de tour-opérateurs spécialisés dans le domaine du « golf » et une quarantaine de professionnels du tourisme d'affaires venus rencontrer les acteurs de l'offre golfique du monde entier : golf resorts, hôtels, golfs, destinations, Destination Management Company (ci-après dénommé le « Salon IGTM »).

Le salon International Golf Travel Market est une opportunité unique pour la France de promouvoir la 42^{ème} édition de la Ryder Cup, la plus prestigieuse compétition golfique au monde qui aura lieu au Golf National à Guyancourt, à 20 kms de Paris, du 28 au 30 septembre 2018.

Lors de cet événement incontournable, le plus médiatisé au monde, diffusé dans 40 pays couvrant 480 millions de foyers et une audience potentielle de 1,3 milliard de téléspectateurs, européens et américains s'affrontent lors d'un tournoi de 3 jours.

La Ryder Cup se classe parmi le top 10 des événements sportifs en termes d'audience, après la Coupe du Monde de football et les Jeux Olympiques. Cette compétition représentera donc une opportunité unique en termes de couverture médiatique, pour renforcer l'image golfique de la France.

Cette manifestation est considérée comme l'événement annuel phare du tourisme golfique.

Elle bénéficie par conséquent d'une large visibilité dans la presse en France, comme à l'international. L'enjeu est, par ailleurs, économique pour la destination puisqu'il s'agit d'un événement à but commercial où se vendent les prestations touristiques golfiques pour l'année N+1.

2.2 DATES ET CALENDRIER 2017 DU SALON IGTM

En 2017, la ville de Cannes accueillera la 20^{ème} édition de cet événement du 10 au 14 décembre 2017, en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Cote d'Azur et Atout France.

Le Salon IGTM se déroulera selon le calendrier suivant :

- | | |
|-------|--|
| 09/12 | Pré-Tours dans la région Côte d'Azur, consistant en des visites de tour-opérateurs |
| 10/12 | Tournoi de golf opposant Tour-Opérateurs et exposants
Soirée d'ouverture prise en charge par la destination |
| 11/12 | Salon organisé au Palais des Festivals de Cannes
Déjeuner, à la charge des participants
International Association of Golf Tours-Operators (IAGTO) bar |
| 12/12 | Salon organisé au Palais des Festivals de Cannes
Soirée libre pour les participants et les organisateurs |
| 13/12 | Salon organisé au Palais des Festivals de Cannes
Annonce de la destination qui accueillera le Salon IGTM suivant |
| 14/12 | Soirée France organisée autour d'un cocktail dinatoire mettant à l'honneur la gastronomie française, avec des animations et des temps dansants. Une session de remise d'Awards est prévue. |

2.3 PUBLIC CONCERNE

Le Salon IGTM sera organisé dans le but de réunir :

- 400 représentants de Tour-Opérateurs golfs ;
- 40 professionnels du tourisme d'affaires ;
- 750 exposants (golf resorts, hotels, golfs, destinations, DMC) ;hh
- 100 journalistes internationaux ;
- Un total de près de 1 300 personnes.g

3. OBJET DE LA CONSULTATION

La présente consultation a pour objet la sélection d'un prestataire chargé de l'organisation de la Soirée France du Salon IGTM pour le compte de Atout France, le jeudi 14 décembre 2017.

4. MISSIONS ET PRESTATIONS ATTENDUES

La soirée « France » est un temps fort de la manifestation, organisée pour développer et poursuivre les échanges après le dernier jour du Salon IGTM dans une ambiance conviviale, qui constitue une opportunité unique de promouvoir la Ryder Cup 2018 qui aura lieu au Golf National (ci-après dénommée la « Soirée France »).

Dans ce cadre, le prestataire retenu a pour mission l'organisation de cette soirée en concertation avec Atout France.

4.1 ORGANISATION ET DEROULEMENT DE LA SOIREE FRANCE

Quatre temps forts devront rythmer la Soirée France. Un déroulé précis devra être proposé par le candidat, accompagné d'une scénographie globale. Il y a lieu de privilégier la qualité des animations, les nouveautés (exclusivité, animation insolite, etc.) à la quantité.

4.1.1 Accueil des invités

4.1.2 Cocktail dinatoire et animations

- Format des animations :
 - Elles viendront rythmer la soirée en dynamisant les temps forts. Un descriptif précis de leur contenu devra être proposé par le candidat dans le cadre de ce cahier des charges ;
 - Un lancement officiel du compte-à-rebours de la Ryder Cup 2018 devra figurer également dans l'offre ;
 - Une animation autour du golf devra être proposée de façon directe (par exemple une démonstration technique) ou indirecte (par exemple la réalisation d'une œuvre en forme de balle de golf) en sachant que la quasi-totalité du public est composée de golfeurs.
- Animations à proposer, qui peuvent être envisagées en partenariat avec des marques telles que, par exemple, Lacoste, Rolex, Air France, etc.

4.1.3 Soirée dansante : le candidat devra proposer 2 (deux) propositions selon les options énumérées ci-dessous.

Une animation musicale devra être prévue tout au long de la soirée (orchestre live et/ou DJ/VJ).

Option 1 :

19h30-22h30 : Soirée France au Palais des Festivals - Rotonde Lérins (avec temps dansant)

22h30-23h30 : IAGTO Awards

☞ Le candidat devra proposer une recommandation pour un temps dansant. Il faudra par conséquent aménager un espace de danse pendant la soirée.

Option 2 :

19:30 – 22:00 : Soirée France au Palais des Festivals - Rotonde Lérins

22:00 – 23:00 : IAGTO Awards

23:00 – 00:30 : Soirée dansante

↳ Une soirée dansante est à prévoir à partir de 23 :00 environ jusqu'à 00:30 du matin maximum.

Le budget devra intégrer le paiement par le prestataire retenu des droits, notamment à la SACEM, nécessaires à l'animation de la soirée.

4.1.4 Remise de « awards » en partenariat avec IAGTO (International Association of Golf Tour-operators) qui correspondra à une remise de prix distinguant certaines structures golfigues présentes sur le Salon IGTM.

4.2 LIEU DE LA SOIREE

La Soirée France aura lieu au Palais des Festivals de Cannes dans la Rotonde Lérins. Ce lieu a été pré-réservé par Atout France dans le cadre d'un partenariat (mise à disposition de la rotonde hors frais techniques.)

Cette salle de réception est arrondie sans piliers, d'une surface de 2150m² exploitables avec en plus 450m² d'office traiteur.

Le candidat devra inclure dans la scénographie une scène, en intégrant la contrainte d'une hauteur sous plafond de 3.55m.

La soirée d'accueil organisée par la destination se tiendra également au Palais des Festivals de Cannes.

Le plan de la Rotonde Lérins du Palais des Festivals est communiqué en annexe 4.

4.3 CONCEPT DE LA SOIREE

La Soirée France est avant tout une soirée mettant en avant la « France », même si elle a lieu à Cannes. Lors de la Soirée France, la France entière devra donc être valorisée à travers les grandes thématiques qui sont les points forts des destinations françaises :

- le golf et la Ryder Cup 2018 ;
- l'art de vivre et l'oenotourisme ;
- la création : aspects artistiques et savoir-faire.

La gastronomie et les vins, en étroite collaboration avec le traiteur qui sera retenu par le candidat sélectionné et les interprofessions des vins partenaires, précisés aux articles 4.4 et 4.5, devront être mis en avant.

4.4 RESTAURATION

Une première consultation devra être faite par les candidats auprès de traiteurs potentiels :

- Présents dans la liste des traiteurs agréés par le Festival de Cannes jointe en annexe 5,

- Selon la démarche de développement durable liée à la restauration détaillée en annexe 6.

Une attention particulière devra être portée au linéaire de buffet tant pour les mets que pour les boissons pour offrir une prestation de qualité et très accessible.

L'offre des traiteurs consultés devra contenir les prestations suivantes :

Nourriture

- ✓ Cocktail dînatoire de bonne qualité (dans le goût et la provenance des produits), présentation des mets soignée, cocktail dînatoire qui doit refléter les différentes facettes de la destination France ;
- ✓ Privilégier des pièces gourmandes, avec des produits de saisons ;
- ✓ Prévoir des pièces pratiques à manger ;
- ✓ Prévoir des pièces bien identifiées pour les végétariens et les végétaliens, avec un ou des buffets dédiés ;
- ✓ Pièces salées, froides, chaudes (nombre à définir) ;
- ✓ Pièces sucrées (nombre à définir) ;
- ✓ Animation culinaire en direct à proposer par un chef, un traiteur, etc ;
- ✓ Softs (eaux et boissons non alcoolisées) : prévoir le service et la mise en avant des produits, prévoir le café et le thé, en fin de prestation.

La présence de Meilleurs Ouvriers de France ou chefs référents peut contribuer à valoriser auprès de nos hôtes la gastronomie et le savoir-faire culinaire français est un plus.

Atout France préconise de contacter Bruno Oger qui pourrait apporter une valeur ajoutée.
Coordonnées : +33492181828 / reservation@Bruno-Oger.com / <http://www.bruno-oger.com/>

Quantité

- ✓ A évaluer selon le nombre d'invités inscrits ;
- ✓ Partir sur une base de 1 200 personnes ;
- ✓ Gérer au mieux les quantités pour éviter le gaspillage, sans pour autant ressentir un manque de nourriture.

Art de la table /Décoration

Chiffrage des arts de la table, à ajuster en fonction de potentielles animations autour de cette thématique :

- ✓ Nappage et serviettes ;
- ✓ Vaisselle ;
- ✓ Décoration soignée des buffets ;
- ✓ Décoration d'ambiance ;
- ✓ Décoration en lien avec la mise en avant des mets et vins des destinations françaises ;
- ✓ Verrerie en nombre suffisant Mobilier
- ✓ Prévoir le mobilier nécessaire :
 - Matériel offices ;
 - Matériel buffets ;
- ✓ Prévoir un nombre d'assises suffisant.

Service / personnel

- ✓ Prévoir le débarrassage, réapprovisionnement et entretien des buffets ;
- ✓ Prévoir du passage plateau ;
- ✓ Nombre de serveurs : à définir et préciser par poste et par fonction dans l'organisation de la prestation ;
- ✓ Qualité de service (tenue, etc.) ;
- ✓ Prévoir un maximum de serveurs parlant anglais afin qu'ils puissent répondre aux demandes des invités ;
- ✓ Prévoir le service du vin, même si ce dernier est fourni par les interprofessions des vins partenaires de la soirée désignées en article 4.5.

4.5 VINS ET SPIRITUEUX

Le vin et la gastronomie constituent une motivation forte pour visiter une destination. En France, les régions viticoles sont de grandes destinations touristiques qui proposent une diversité de produits touristiques liés à la vigne et au vin.

Pour les Français comme pour les étrangers, la France reste identifiée comme étant le pays du vin. Ses principaux atouts, sur lesquels il convient de capitaliser et de communiquer, sont :

- ✓ La diversité : 17 vignobles aux territoires uniques ;
- ✓ Les vins : partie intégrante de l'art de vivre et du patrimoine culturel français ;
- ✓ La complémentarité avec d'autres attraits touristiques de la destination France.

4.5.1 PARTENARIATS

Atout France, dans le cadre des partenariats qu'il entretient avec ses adhérents, pourra être amené à fournir une partie des boissons nécessaires à la soirée (vins, champagnes ou liqueurs). Aucun droit de bouchon ne pourra être accordé en contrepartie de ce partenariat.

Le Cluster Œnotourisme de Atout France rassemble 60 partenaires, institutionnels et professionnels français du tourisme et du vin, représentatifs de la diversité de l'offre et des 17 vignobles français.

Il a pour objectif d'assurer dans une démarche collective la promotion des vignobles comme destinations touristiques et des produits liés à l'hébergement, la visite de sites, le transport dans les vignobles.

Engagées au sein du Cluster Œnotourisme de Atout France pour la promotion de la France des vins, les interprofessions des vins et spiritueux ont été sollicitées pour proposer des références pour la Soirée, notamment en matière de volumes et d'appellations des bouteilles de vin qu'elles mettront à disposition.

Vins

- ✓ Prévoir une diversité pour veiller à la représentativité des vignobles.

Quantité

15



- ✓ Prévoir en fonction du nombre d'invités inscrits ;
- ✓ Partir sur une base de 1 200 personnes ;
- ✓ Gérer au mieux les quantités pour éviter le gaspillage, sans pour autant ressentir un manque de vins.

4.5.2 MISE EN AVANT DES VINS ET SPIRITUEUX LORS DE LA SOIREE

Dans l'hypothèse d'une animation autour des vins, une attention devra être apportée à la mise en avant des vins et des vignobles, tant dans la décoration que dans l'animation elle-même.

De plus, le traiteur sélectionné missionné par le candidat retenu devra :

- ✓ réceptionner les vins, champagnes et liqueurs ;
- ✓ gérer leur répartition ;
- ✓ gérer leur conditionnement avant et pendant la soirée ;
- ✓ gérer éventuellement le reconditionnement post-soirée ;
- ✓ assurer leur service pendant la soirée, à l'exception des animations spécifiques qui pourraient apparaître dans la proposition.

4.6 DECORATION ET SIGNALÉTIQUE

Une décoration adaptée devra être mise en place, afin de mettre en avant les destinations golfiques françaises et leurs différentes facettes.

Des éléments de signalétique permettront la mise en avant des espaces et faciliteront les déplacements sur site.

La proposition devra préciser l'ensemble du dispositif de signalétique proposé en intérieur comme en extérieur.

5. REGLEMENT DE LA CONSULTATION

5.1 OBJET DE LA CONSULTATION

Atout France recherche un prestataire pour l'organisation, la gestion et le suivi de la Soirée France du Salon IGTM.

Un contrat d'une durée de 6 mois, prenant effet le 1^{er} juillet 2017 jusqu'au 31 décembre 2017, sera établi entre le candidat sélectionné et Atout France pour cette Soirée France.

5.2 DEROULEMENT DE LA PROCEDURE

La procédure de consultation se déroulera comme suit :

- Envoi du cahier des charges aux candidats le **05 avril 2017**,
- Réception des offres : date limite le **2 mai 2017**,

- Présentation des offres par les candidats : **semaine 18** (entre le 02 et 05 mai 2017),
- Sélection du prestataire : **à partir du 15 mai 2017,**
- Finalisation du contrat avec le prestataire : **entre le 20 et le 31 mai 2017.**

5.3 CONTACTS

Les uniques interlocuteurs durant les différentes phases de cette consultation est : Anne-Sophie Lefebvre : anne-sophie.lefebvre@atout-france.fr ou Hélène Haubois : helene.haubois@atout-france.fr

5.4 DOSSIER DE CONSULTATION

Le dossier de consultation remis aux candidats contient le cahier des charges dont le présent règlement et les annexes suivantes :

- ✓ Charte de la marque France et logo,
- ✓ Charte du logo du salon IGTM 2017 et logo,
- ✓ Logo et conditions d'utilisations du logo Ryder Cup,
- ✓ Plan de la Rotonde Lerins du Palais des Festivals,
- ✓ Liste des traiteurs agréés par le Palais des Festivals,
- ✓ Démarche développement durable liée à la restauration,

5.5 BUDGET INDICATIF

Le budget maximum des dépenses, pour cette soirée est de 160 000 € HT (cent soixante mille euros Hors Taxes) tout compris. Cette enveloppe budgétaire est donnée à titre indicatif et non contractuel afin de permettre aux candidats de préciser leurs recommandations.

5.6 MODES DE PRESENTATION DES OFFRES

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

- ✓ Présenter le contexte de l'appel d'offres et les objectifs de Atout France ;
- ✓ Déterminer l'objet et le contenu des prestations demandées aux candidats.

5.6.1 STRUCTURE DES OFFRES

Chaque candidat devra obligatoirement fournir un dossier comportant :

- ✓ les personnes en charge du dossier, ainsi que leurs principales références, en particulier ;

un budget chiffré et détaillé en euros montant Hors Taxes : en journées/homme, et en quantité lorsqu'il y a lieu de prévoir des prestations en nombre, sur la base des rubriques suivantes :

*Site ;
Prestations techniques sur site ;
Traiteur ;
Accueil ;
Aménagement et décoration ;
Signalétique et déclinaison graphique ;
Animations soirée ;
Frais de production ;
Frais d'agence ;
Redevances éventuelles.*

- ✓ une proposition d'identité visuelle à décliner sur les différents supports liés à la Soirée France (carton d'invitation, signalétique sur place). Cette identité devra intégrer la marque France et le logo du Salon IGTM respectivement illustrés en annexes 1 et 2, et devra être en lien avec l'identité du Salon IGTM.
- ✓ un rétroplanning de travail.

5.6.2 DEPOT DES OFFRES

Les offres, rédigées en français, devront impérativement être déposées **avant le 2 mai 2017** à l'adresse suivante :

Atout France
Direction De la Communication et Des Partenariats
« Soirée France – IGTM 2017 »
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.

5.6.3 INFORMATION DES CANDIDATS

L'information des candidats est assurée par la remise du cahier des charges et les documents qui y sont annexés.

Des questions sur le contenu du cahier des charges indispensables à la rédaction des offres peuvent être envoyées par **courrier électronique exclusivement** jusqu'au 21 avril 2017, à anne-sophie.lefebvre@atout-france.fr et helene.haubois@atout-france.fr

Aucune réponse ne sera donnée par téléphone.

Les réponses aux questions posées par l'un des candidats seront communiquées à tous les candidats.

5.6.4 PRESENTATION DES OFFRES

Chaque candidat sera invité à présenter son offre lors d'une présentation qui se déroulera **durant la semaine 18 (entre le 02 et le 05 mai 2017)** dans les locaux de Atout France situés au 79/81 rue de Clichy-75009 Paris. L'heure exacte de passage de chaque candidat sera communiquée du 28 avril 2017 au 05 mai 2017.

La présence à cette commission de tous les candidats ayant déposé une offre est obligatoire.

Chaque présentation sera faite en français et durera 30 minutes

Chaque présentation sera suivie de 20 minutes de questions/réponses.

Pour leur présentation, les candidats pourront disposer d'un projecteur. Cette demande devra être adressée à Madame Anne-Sophie Lefebvre par courrier électronique exclusivement avant le 21 avril 2017.

5.7 CRITERES DE SELECTION

Atout France choisira l'offre économiquement la plus avantageuse appréciée en tenant compte des critères suivants (par ordre de priorité décroissante) :

- ✓ la pertinence de la proposition (compte tenu de la bonne compréhension du cahier des charges) (60/100) ;
- ✓ les modalités de mise en œuvre de la mission (15/100) ;
- ✓ les références des personnes en charge de la prestation en matière d'organisation logistique (15/100) ;
- ✓ la prise en compte de critères liés au développement durable dans les prestations proposées (10/100).

Commentaire [m1]: A remplir

5.8 DELAI DE VALIDITE DES OFFRES

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

5.9 PROPRIETE INTELLECTUELLE

Si des œuvres sont créées dans le cadre de la présente mise en concurrence et du marché en résultant, les droits d'auteur de nature patrimoniale seront cédés en exclusivité par le prestataire sélectionné à Atout France.

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

- ✓ **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. (par exemple dans le cadre d'une réédition de brochure ou de la réalisation de produits de communication annexes) ;
- ✓ **des droits de représentation** par tous procédés ;
- ✓ **des droits d'adaptation**, modification, traduction, etc.

La présente cession sera consentie pour le monde entier, espaces maritimes et aériens compris, et sa durée équivalente à 10 (dix) ans.

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

5.10 CONFIDENTIALITE

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

Les entreprises consultées 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 elles auraient pu avoir accès dans le cadre de la présente mise en concurrence, à moins que les dites informations, connaissances ou savoir-faire ne soient tombés dans le domaine public ou que leur divulgation soit rendue nécessaire en vertu d'un règlement particulier ou d'une injonction administrative ou judiciaire. Les entreprises consultées s'engagent également à l'égard d'Atout France à exiger de la part de leurs préposés la même obligation de confidentialité.

5.11 PRECISIONS COMPLEMENTAIRES

Atout France devra être associée très étroitement à la réalisation des missions définies et devra avoir validé l'ensemble des décisions prises par le prestataire tant sur le fond que sur la forme.

5.12 CONDITIONS GENERALES DE LA CONSULTATION

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 le délai indiqué par Atout France, sous peine de rejet définitif de son dossier par Atout France.

La présente procédure de 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 décrite par le présent cahier des charges, ou de déclarer le marché infructueux ou sans suite, au cours ou à l'issue de la procédure de sélection.

La présente consultation est soumise au droit français.

Tout litige né de l'interprétation ou de l'application des règles et procédures de la présente mise en concurrence fera l'objet d'une tentative de règlement à l'amiable. Atout France et le candidat retenu 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 juridictions de Paris seront seules compétentes pour juger de tout litige résultant de la mise en œuvre de la présente mise en concurrence.

Aucune indemnité financière ne sera versée aux candidats ayant répondu à cette mise en concurrence.

Vu, paraphé et signé,

A ...

Le ...

Titre et signature de la personne responsable du marché :

Titre :

Signature :

6 ANNEXES

1 CHARTE DE LA MARQUE FRANCE ET LOGO

2 CHARTE DU LOGO DU SALON IGTM ET LOGO

3. LOGO ET CONDITIONS D'UTILISATION DU LOGO RYDER CUP

4 PLAN DE LA ROTONDE LERINS DU PALAIS DES FESTIVALS

5 LISTE DES TRAITEURS AGREES PAR LE PALAIS DES FESTIVALS

6. DEMARCHE DEVELOPPEMENT DURABLE LIEE A LA RESTAURATION

ANNEXE 1 CHARTE DE LA MARQUE FRANCE ET LOGO

La charte complète de la marque France et de ses utilisations peut être demandée par mail : marie.cransac@atout-france.fr



D'autres déclinaisons monochromes sont également envisageables (Or, Argent, Blanc...) à partir du moment où elles respectent la charte annexée.

ANNEXE 2 CHARTE DU LOGO DU SALON IGTM ET LOGO



Charte accessible : http://www.intuitive-design.co.uk/clients/Reed_Exhibitions/digital_editions/WTM_Brand_Guidelines/index.html

ANNEXE 3 LOGOS RYDER CUP 2018 ET CHARTE D'UTILISATION

Vertical :



Horizontal :



CONDITIONS D'UTILISATION

Seuls les partenaires institutionnels seront en droit de pouvoir utiliser dans leur communication (non commerciale) le logo officiel de la Ryder Cup 2018.

Tailles minimums et réserves

MINIMUM SIZES

Gradient



Flat



Greyscale



Black



Secondary Type



CONTROL FIELD

Shield

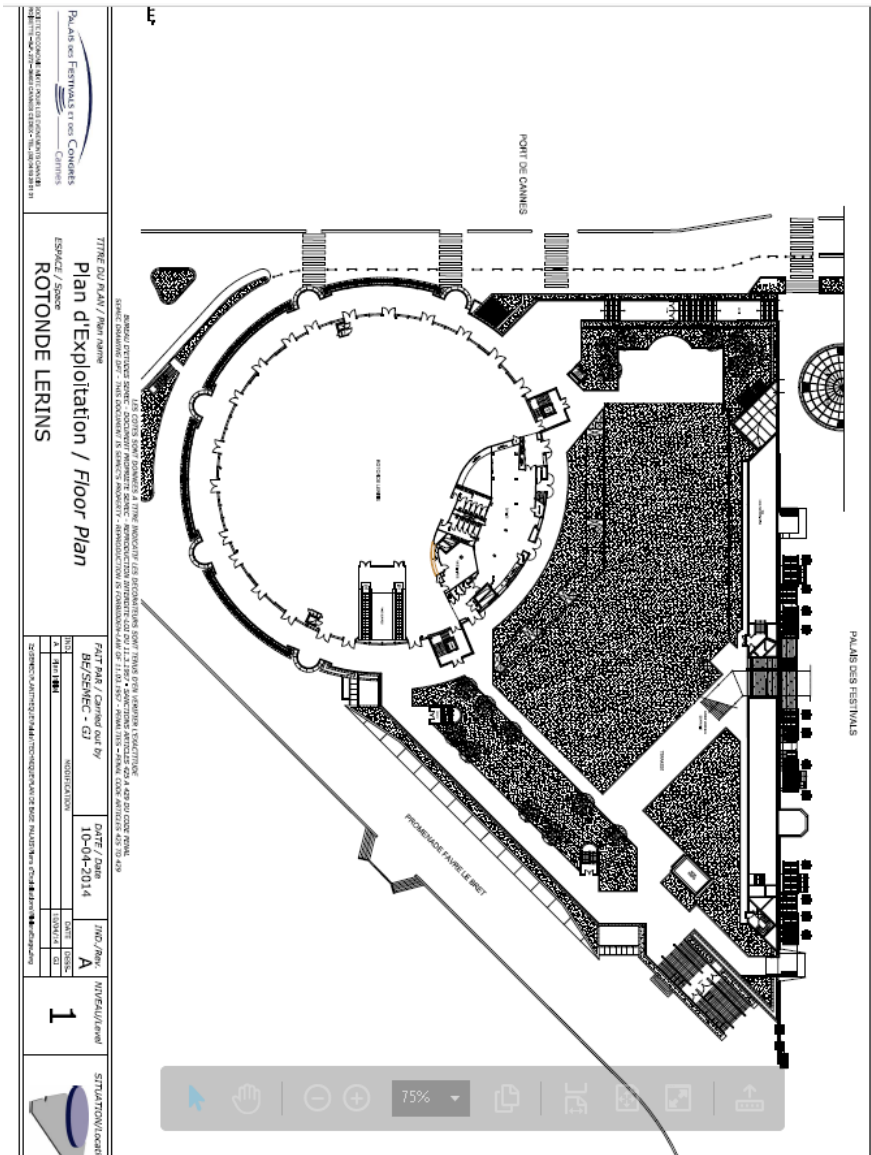


Secondary type



Exclusion zone should be equal to or greater than the measurement of the x or y variable on all sides of the artwork.

ANNEXE 4 PLAN DE LA ROTONDE LERINS



ANNEXE 5 LISTE DES TRAITEURS AGREES PAR LE PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES



RESTAURATION / TRAITEURS

Afin de vous offrir le choix, 10 traiteurs ont été sélectionnés et agréés au Palais des Festivals et des Congrès, pour des raisons de suivi qualité et de contrôle sanitaire. En voici la liste :

TRAITEURS

CARLTON INTERCONTINENTAL

Christophe Durand
Tél. : +33 (0)4 93 06 40 06
Fax : +33 (0)4 93 06 40 31
christophe.durand@ihq.com
www.intercontinental.com/cannes

CASINO BARRIERE

Marc Prado
Tél. : +33 (0)4 92 98 78 72
Fax : +33 (0)4 92 98 78 73
mprado@cannesbarriere.com
www.cannesbarriere.com

ERNEST TRAITEUR

Michel Ernest
Tél. : +33(0)4 93 06 23 00
Fax : +33 (0)4 93 06 23 06
commercial@ernest-traiteur.com
www.ernest-traiteur.com

HOTEL MAJESTIC BARRIERE

Frédéric Claudet
Tél. : +33 (0)4 92 98 77 00
Fax : +33 (0)4 92 98 97 90
fclaudet@cannesbarriere.com
www.cannesbarriere.com

GRAND HYATT CANNES HOTEL MARTINEZ – DALLOYAU

Mathilde Hara
Tél. : +33 (0)4 92 98 74 02
mathilde.hara@hyatt.com
www.cannesmartinez.grand.hyatt.com

LENOTRE S.A.

Jean-Marc Basso
Tél. : +33 (0)4 92 92 56 07
Fax : +33 (0)4 92 92 10 66
jeanmarbasso@lenotre.fr
www.lenotre.fr

GIRY TRAITEUR

Luc Guibout
Tél. : +33 (0)4 93 39 44 07
Fax : +33 (0)4 93 38 22 01
contact@giry-traiteur.com
www.giry-traiteur.com

PAVILLON TRAITEUR – POTEL & CHABOT

Elodie Perriot
Tél. : +33 (0)4 92 28 35 28
Fax : +33 (0)4 92 28 35 20
eperriot@groupepavillon.fr
www.groupepavillon.fr

Alexis Laurent
Tél. : +33 (0)4 92 28 35 24
Fax : +33 (0)4 92 28 35 20
alexis.laurent@potelechabot.fr
www.potelechabot.fr

PATISSIERS - TRAITEURS

INTUITIONS BY J

Aurore Ponsot
Tél. : +33 (0)4 63 36 05 07
boutique@patisserie-intuitions.com
www.patisserie-intuitions.com

PATISSIER LADUREE

Valérie Vidonne
+33 (0)4 93 38 05 06
vidonne@laduree.com
www.laduree.com

ANNEXE 6 DEMARCHE DEVELOPPEMENT DURABLE LIEE A LA RESTAURATION

Atout France est engagé dans une démarche de développement durable pour l'ensemble de ses événements.

En tant que prestataire, vous jouez un rôle clé dans l'optimisation des impacts environnementaux et sociétaux du salon. Aussi, vous trouverez ci-après les exigences de Atout France en matière de développement durable.

En complémentarité de vos réponses aux critères spécifiques ci-après, le prestataire est invité à transmettre les éléments suivants :

- Une note permettant de définir comment le prestataire prévoit de réduire les impacts environnementaux associés à sa prestation.
- Sa politique de développement durable.
- Son bilan développement durable.
- Les certificats de conformité à des normes ou labels environnementaux.
- Tout autre document permettant de mesurer les engagements de développement durable du prestataire.

A noter que ces documents doivent être récents et mis à jour.

□ Provenance des produits

Les prestataires devront proposer un minimum de 80% de produits (aliments et boissons) issus de la production Française. Le prestataire devra également proposer exclusivement des produits de saisons. À noter que le prestataire devra être en capacité de fournir la traçabilité des produits proposés et devra indiquer l'origine des produits dans sa réponse.

□ Mode de production des produits

Le prestataire devra proposer au moins un ingrédient par plat issu de l'agriculture biologique et détenteur du label « agriculture biologique » ou équivalent (ex. Nature et Progrès, Demeters, Biocoherence). Le café, le thé et les produits réputés importés devront être équitables et détenteurs d'un label « commerce équitable » (ex. Max Havelar, ESR, RainForest). Le prestataire devra être en capacité de fournir les certificats de conformité des produits proposés et indiquer les produits biologiques et équitables pour chaque repas.

□ Poissons

Le prestataire devra proposer des produits de la mer (le cas échéant) détenteur de la certification MSC «Marine Stewardship Council». Le prestataire s'engage également à ne pas proposer de repas à base d'espèces de poissons à la limite de l'extinction (ex. cabillaud, thon rouge...) et à privilégier les espèces non menacées (ex. sardine, maquereau,...) ou les espèces issues de filières d'élevages moins intensives (ex. saumon d'élevage bio ou Label Rouge). Le prestataire devra être en capacité de fournir les certificats de conformité des produits proposés et indiquer les produits MSC pour chaque repas.

Une information concernant les espèces menacées et les espèces à privilégier est proposée par le WWF et

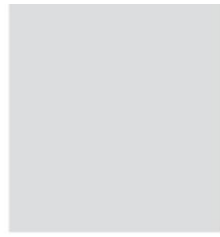
téléchargeable : http://www.acteurdurable.org/wp-content/uploads/2009/06/guide_poisson.pdf

□ Viandes

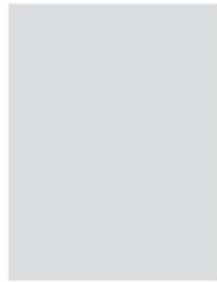
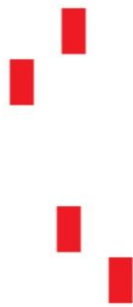
Le prestataire devra proposer des viandes françaises et détentrices de la signature « Viande Française » (bovine, ovine, porcine...).

□ Ustensiles

Le prestataire devra proposer des ustensiles réutilisables (lavables). Aucun ustensile en plastique ne sera accepté



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

www.atout-france.fr
www.rendezvousenfrance.com