

ATOUT FRANCE



CAHIER DES CHARGES CONCERNANT L'IMPACT DES RETOMBÉES LIÉES AUX COMMÉMORATIONS DU CENTENAIRE DE LA GRANDE GUERRE SUR LE TERRITOIRE METROPOLITAIN

27/11/2017

SOMMAIRE

CHAPITRE 1 - PRÉSENTATION DE ATOUT FRANCE	3
CHAPITRE 2 - OBJET DE LA CONSULTATION	4
CHAPITRE 3 - CONTEXTE	4
CHAPITRE 4 - OBJECTIFS	6
CHAPITRE 5 - PRESTATIONS ATTENDUES	7
CHAPITRE 6 – BUDGET	9
CHAPITRE 7 - LE RÈGLEMENT DE LA CONSULTATION	9
7.1 OBJET DE LA CONSULTATION	9
7.2 INFORMATION DES CANDIDATS.....	9
7.3 RÉTRO PLANNING	10
7.4 DOSSIER DE CONSULTATION	10
7.5 PRÉSENTATION DES OFFRES.....	10
7.6 DÉPÔT DES OFFRES.....	11
7.7 MAÎTRISE D’OUVRAGE DU PROJET ET COMITÉ DE PILOTAGE.....	11
7.8 CRITÈRES DE SÉLECTION	11
7.9 DÉLAI DE VALIDITÉ DES OFFRES.....	12
7.10 CONFIDENTIALITÉ	12
7.11 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....	12
7.12 GARANTIES	13
7.13 CONDITIONS GÉNÉRALES.....	13
7.14 CONTACTS.....	14

CHAPITRE 1 - Présentation de Atout France

ATOUT FRANCE

L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE DE LA FRANCE

CHIFFRES CLÉS ATOUT FRANCE

400

campagnes de communication dont
66% de campagnes numériques

275

événements presse hors accueil de
presse (contre 260 en 2015)

+ de **1 800**

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

+ de **650**

événements professionnels à
l'international (contre 600 en 2015)

Près de **1 500**

campagnes d'e-mailing et **3,2 millions** de
suiveurs sur les médias sociaux

Ecosystème *France.fr*: **15 millions** de
visites (+36%/2015) et **12 millions**
(+20%/2015) de visiteurs

190 AMO et études

13 publications techniques,
17 lettres de veille et **20**
publications conjoncturelles

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 plus 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 près de 1 300 professionnels (institutionnels du tourisme et entreprises privées) dans leur développement à l'international.

Au total, plus de 2 400 opérations de promotion sont organisées chaque année. Elles ciblent le grand public, la presse et les professionnels du tourisme international grâce à une stratégie d'influence reposant sur tous les moyens de communication et notamment les outils numériques.

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 : www.atout-france.fr ou www.france.fr

CHAPITRE 2 - Objet de la consultation

L'objet de la consultation est de choisir un prestataire pour mesurer l'impact des retombées liées aux commémorations du centenaire de la Grande Guerre sur le territoire métropolitain.

C'est dans ce cadre que la présente mise en concurrence est lancée.

CHAPITRE 3 - Contexte

Depuis 4 ans la France commémore, avec l'ensemble des pays belligérants, la mémoire de la Première guerre mondiale qui a marqué le paysage et laissé sur notre territoire un patrimoine riche et divers sans aucun équivalent dans le monde ; Cimetières militaires, musées, monuments commémoratifs et vestiges d'ouvrages de défense sont autant de sites dont la visite permet à la fois d'honorer la mémoire de celles et ceux qui sont tombés lors de ces conflits et de comprendre les événements qui forgent l'histoire nationale et mondiale.

Au-delà de la seule dimension civique et culturelle que revêt naturellement la visite des sites de mémoire en France, leur fréquentation a également un impact sur le secteur touristique et l'attractivité des territoires. En œuvrant pour la valorisation des sites de mémoire et leur promotion, l'État et les collectivités territoriales ont participé à la structuration d'une offre touristique dont les retombées n'ont jusqu'à présent été mesurées que sur quelques départements¹. Ainsi, une meilleure compréhension des leviers et enjeux économiques et sociaux de ce secteur d'activité est aujourd'hui indispensable pour rendre plus efficaces les politiques publiques en la matière et comprendre l'impact de ce temps du Centenaire sur l'attractivité de la filière.

La présente étude a pour objet de mesurer et d'analyser le poids et les retombées économiques du tourisme de mémoire sur le territoire métropolitain français, avec un focus sur la zone du Front Ouest. Cette étude est commanditée dans le cadre du contrat de destination Centenaire Grande Guerre qui lie Atout France, la mission

¹ En 2010, ATOUT FRANCE a participé - au côté de la DGCS, du ministère de la Culture, du ministère de la Jeunesse et des Sports et de l'ANAé - à l'étude sur la mesure de l'impact des événements sportifs et culturels, base méthodologique de référence, qui peut s'appliquer dans ces fondamentaux et par extension aux équipements touristiques.

En 2011, étude sur l'impact et les retombées du tourisme de mémoire menée par Trace TPI sur six départements (la Somme, la Meuse, le Calvados, la Drôme, la Haute-Vienne et le Var)

En 2013, étude Great War - Westtoer, Interreg programme 2 mers, Province Flandre Occidentale

En 2016, tableau de bord de la filière tourisme de mémoire, publié par l'observatoire de l'Alsace

En 2017, fréquentation des lieux de mémoire en 2016, enquête réalisée par la direction des patrimoines, de la mémoire et des archives (DPMA) et l'Observatoire économique de la défense du ministère des armées

Centenaire (GIP interministériel comprenant notamment le ministère de la défense – direction du patrimoine, de la mémoire et des archives (DPMA), et le ministère de l'économie et des finances – direction générale des entreprises (DGE)), et les collectivités territoriales concernées du Grand Est, des Hauts de France et de l'Île de France.

Il s'agit principalement de mesurer les retombées économiques, sans négliger les retombées de nature sociales, sociétales, pédagogiques, civiques, culturelles, d'image et de notoriété... et d'en apprécier (qualitativement et surtout quantitativement) l'impact économique territorial en identifiant les bénéficiaires des différents impacts concernés.

Pour les retombées économiques, l'étude portera sur la mesure et l'analyse des effets primaires (directs) et secondaires (indirects/induits) générés, à la fois dans l'espace et dans le temps (saisonnalité), par la pratique du tourisme de mémoire à partir des sites, équipements ou événements qui portent ou perpétuent les traces du passé.

L'étude comportera **(1)** un volet complet sur l'observation des retombées de l'année 2018 (fréquentation, motivation, satisfaction, dépenses), et reviendra dans un second temps **(2)** sur l'ensemble de la période pour mettre en perspective les investissements réalisés sur la période (rénovation, création de nouveaux équipements, aménagements), les moyens mobilisés (ressources humaines, création et animation de réseaux,...) et la pérennité et la nature des résultats observés (diversité des incidences culturelles, économiques, mais aussi civiques et pédagogiques). Un troisième volet **(3)** sera consacré aux principaux enseignements et recommandations pour installer durablement cette filière dans l'après Centenaire (points de vigilance / actions stratégiques à mettre en place : partenariats à conforter, marchés à travailler en priorité, tableau de bord de suivi de la filière...).

Ce travail prendra appui pour cela sur la méthodologie de mesure de l'impact économique de court terme tel qu'il a été formulé dans l'étude de la DGE (ex DGCIS)² et pourra, le cas échéant, proposer une approche innovante pour fiabiliser les résultats au regard des données pérennes, disponibles et mobilisables pour apprécier le dynamisme de la filière.

² Guide méthodologique DGCIS - 2011 «Évaluer l'impact d'un événement touristique»

CHAPITRE 4 - Objectifs

La présente étude vise 3 objectifs principaux:

- Chiffrer, pour l'année 2018, les retombées économiques attribuées au tourisme de mémoire sur tout le territoire du front Ouest. Faire la distinction de ce qui relève de la fréquentation au long cours (cimetières, nécropoles, ruines, champs de bataille, musées, mémorial...), avec le surplus exceptionnel de fréquentation lié aux commémorations spécifiques du Centenaire (manifestations, événementiels...). Une approche par typologie permettra de déterminer les contours et enjeux économiques de chaque site et territoire. Ce travail d'observation permettra aussi de conforter la connaissance et la mesure de l'intensité de visite (visites combinées de plusieurs sites lors d'un séjour), des caractéristiques (âge, nationalité...) et des motivations des visiteurs, de leurs dépenses (répartition par postes).
- Évaluer les retombées économiques du tourisme de mémoire sur le territoire du Front Ouest sur la période du Centenaire (2014-2018), en prenant en compte les dimensions spatiales (territorialité) et temporelles (saisonnalité) de ces retombées des sites, équipements, commémorations et événements liés au tourisme de mémoire. Il sera accordé un soin particulier aux principaux sites de visite du Front Ouest, selon les cinq nationalités les plus présentes et leur impact sur l'économie locale notamment en termes d'hébergement, de guidage (médiation, recours à des ressources locales ou non). Une attention particulière sera portée sur la fréquentation des sites propres à chaque nationalité (comme le Hartmannswillerkopf, Thiepval, Vimy, Fromelles, Bois Belleau, Verdun, ...), au regard notamment de la présence de visiteurs français sur ces sites.
- S'appuyer sur la méthodologie et le résultat de ce travail pour poser, sous forme de recommandations, les bases d'un tableau de bord de suivi du tourisme de mémoire et faire des recommandations pour accroître l'impact et pérenniser cette filière après le temps des commémorations du Centenaire.

On entend par retombées économiques l'ensemble des flux de consommation supplémentaires observés au profit des agents économiques résidant sur le territoire considéré et attribuables au tourisme de mémoire, qu'il s'agisse des administrations publiques, des entreprises ou des ménages.

L'analyse doit permettre d'évaluer, de la manière la plus précise possible, la nature, le niveau et les bénéficiaires directs ou indirects (et en particulier les collectivités publiques concernées) de ces effets économiques, ainsi que la nature et la dimension des territoires intéressés, et la portée de ces effets dans l'espace et dans le temps.

Celle-ci prendra notamment en compte la production créée, la valeur ajoutée produite et les emplois générés (bénévoles et salariés), en distinguant les phases d'investissement (ou de réinvestissement) et d'exploitation. Elle prendra aussi en compte la dimension spécifique de visite de lieu ouvert et dispersé, d'accès gratuit ainsi que l'impact des commémorations et événements autour de la thématique mémorielle. Elle déterminera également les indicateurs les plus pertinents afin d'évaluer l'ensemble des retombées complémentaires sur le tissu local.

CHAPITRE 5 - Prestations attendues

L'analyse devra porter sur la période 2014-2018 (ou sur les années de référence pertinentes de réalisation d'investissements en vue du Centenaire) et s'attacher à cerner l'ensemble des problématiques marketing, financières et territoriales pour répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les indicateurs permettant de mesurer les fonctions (*) des sites de mémoire, de la filière tourisme de mémoire ?
- Comment apprécier les effets en termes d'image, de perception civique et sociétale...
- Niveau de fréquentation des sites de mémoire (typologie des visiteurs, comportements, motivations, durée de séjour, nombre de visites, niveau de dépenses...).
- Évaluation des dépenses consenties par les collectivités locales et par l'État en termes d'investissements, de soutien au financement et de subventions à des entités tierces
- Comment quantifier leurs retombées (primaires, secondaires...)?
- Comment mesurer sur Internet et sur la période 2014- 2018 l'intensité des requêtes et la satisfaction des visiteurs pour cette offre mémorielle ?
- Quels territoires pertinents prendre en compte selon la nature des retombées ?
- Quels impacts sur le territoire (emploi, image...)? sur le Département ? sur la Région ?
- Quels effets liés au ré-investissement dans les infrastructures (extension...)?
- Quelles propositions d'optimisation des retombées des sites, de la filière ?

Il appartient au bureau d'étude de proposer la méthodologie la plus appropriée aux objectifs précisés ci-dessus et de justifier ses choix.

Il accordera une attention particulière, d'une part, au rapport entre l'engagement financier (investissement, ré-investissement) des collectivités, entreprises ou associations privées dans le projet, et d'autre part à l'ampleur des retombées.

Il s'efforcera enfin de présenter des ratios et indicateurs clairs, compréhensibles et faciles à élaborer, tirés de l'analyse quantitative.

Le consultant devra montrer comment il compte mobiliser les ressources statistiques qui lui sont utiles et préciser le type d'actions à engager pour les compléter ou les affiner le cas échéant. Il précisera le nombre de sites qui feront l'objet d'une investigation poussée ainsi que la justification des raisons ayant conduit à préférer ces sites plutôt que d'autres. Une attention particulière sera portée aux sites

(*) Les fonctions d'un projet, d'un site ou d'une activité touristique :

Fonctions pédagogique et scientifique, de création et de valorisation de réseau(x), de développement social et culturel, de développement et diversification économique, de valorisation de l'image ...

accueillants des visiteurs internationaux et aux établissements culturels appartenant au réseau des musées et mémoriaux des conflits contemporains.

Enfin le consultant pourra s'informer auprès des sites notamment :

www.centenaire.org; www.cheminsdememoire.gouv.fr ;
<http://france.fr/fr/centenaire-grande-guerre-14-18> et les sites des réseaux territoriaux
<http://www.somme14-18.com> <http://www.cheminsdememoire-nordpasdecalsais.fr/> ;
<http://www.memoire-pas-de-calais.com/> <http://www.aisne14-18.com> ;
<http://www.tourisme-meuse.com/fr/centenaire-14-18.html>; <http://www.front-vosges-14-18.eu> , ...

La démarche comportera :

- une approche quantitative, avec par exemple, l'envoi de questionnaires à l'ensemble des acteurs majeurs de la filière « tourisme de mémoire »; et administration d'enquêtes (en ligne ou face à face) auprès des visiteurs de ces sites.
- une phase qualitative reposant sur des entretiens avec des responsables et professionnels du secteur afin de recueillir leur appréciation des données globales chiffrées, leurs synthèses objectives et subjectives, les forces et faiblesses à moyen et long terme de leur secteur d'activité ainsi que les priorités qu'ils suggèrent.
- L'analyse devra intégrer un volet numérique permettant d'évaluer, sur internet, l'évolution du niveau d'intérêt pour les sites et événements de la filière tourisme de mémoire tant sur le marché domestique que sur les marchés internationaux prioritaires (Etats-Unis, Canada, Australie, Nouvelle-Zélande, Grande Bretagne, Belgique, Allemagne, Pays-Bas...)

Par ailleurs, le candidat est libre de proposer d'autres initiatives (pose d'éco compteurs, analyse comparative avec d'autres secteurs,...) lui semblant pertinentes à la mesure attendue.

Livrables :

Un rapport intermédiaire (avant le 15 mai 2018) :

Un rapport intermédiaire permettra à mi-parcours d'apprécier la méthodologie et l'approche typologique (sites et territoires) pour mesurer le poids économique du tourisme de mémoire à l'échelle du Front Ouest et de fournir les premières estimations à partir des enquêtes menées auprès des visiteurs sur les territoires sélectionnés concernant leur typologie, leurs motivations, leurs comportements de séjour et le niveau ainsi que la structure de leurs dépenses.

Un rapport final (avant le 15 décembre 2018) qui comprendra :

- L'analyse détaillée de l'impact du tourisme de mémoire sur le territoire métropolitain avec un focus spécifique sur le territoire du Front Ouest.
- Un tableau de bord de suivi de la filière et des recommandations pour optimiser et agir sur les leviers qui permettent d'avoir le meilleur impact de la venue des visiteurs (français et internationaux) sur ces sites de mémoire.

CHAPITRE 6 – Budget

Il est souhaité la présentation d'un budget détaillé proposant des options selon la précision des résultats attendus et en détaillant ce qui relève des retombées économiques et financières stricto sensu de ce qui relèvent des autres types de retombées (retombées de nature sociales, sociétales, pédagogiques, civiques, culturelles, d'image et de notoriété y compris analyse numérique et digitale sur l'intérêt pour la filière). Le budget doit être présenté en € HT tous frais compris.

CHAPITRE 7 - Le règlement de la consultation

7.1 Objet de la consultation

Atout France recherche un prestataire pour mesurer l'impact des retombées liées aux commémorations du centenaire de la Grande Guerre sur le territoire métropolitain.

Sous réserve de la conclusion d'un contrat entre Atout France et le candidat retenu, les prestations seront réalisées à partir du 26 janvier 2018 pour une durée de 12 mois.

7.2 Information des candidats

L'information des candidats est assurée par la remise du cahier des charges dont le présent règlement de la consultation.

Pour toutes questions relatives au présent cahier des charges vous pouvez contacter la personne citée à l'article 7.14 « Contacts ».

Tout renseignement relatif au contenu technique de la consultation peut être obtenu jusqu'au 3 janvier inclus, par mail uniquement à l'adresse suivante :

christophe.dechassey@atout-france.fr

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

Aucune réponse ne sera donnée par téléphone. Aucune réponse ne sera apportée aux questions reçues ultérieurement.

IMPORTANT : Dans la période précédent la remise des offres, toutes les questions seront centralisées et donneront lieu à une réponse partagée consultable en ligne sur le site d'Atout France à la rubrique : <http://atout-france.fr/services/marches-publics>. Les candidats qui souhaitent déposer une offre sont invités à consulter régulièrement cette rubrique et/ou à communiquer leurs coordonnées pour être tenus informés des compléments d'information.

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

7.3 Rétro planning

Remise du cahier des charges aux candidats	27/11/2017
Date limite de réception des offres	08/01/2018 à midi
Choix définitif du prestataire retenu	26/01/2018

La possibilité d'une présentation orale pour finaliser le choix du candidat est prévue le **vendredi 19 janvier 2018** au matin.

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

7.4 Dossier de consultation

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

7.5 Présentation des offres

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

- ✓ Présenter le contexte de la mise en concurrence ;
- ✓ Déterminer l'objet et le contenu des prestations demandées aux candidats.

Structure du dossier

Les candidats souhaitant répondre au présent cahier des charges devront produire les éléments suivants :

- ✓ Une note méthodologique ;
- ✓ Le budget de leur prestation en distinguant, poste par poste, les différentes options selon la méthodologie retenue
- ✓ 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).

Présentation du devis :

Sur le devis, les informations suivantes devront être mentionnées :

- ✓ la nature des prestations, leur nombre et leur coût unitaire (journée....)
- ✓ le montant total hors taxes (HT) et le montant (TTC)

Les frais de déplacement seront inclus dans le prix à la journée.

7.6 Dépôt des offres

Les offres, rédigées en français, devront impérativement être envoyées avant le **Lundi 08 Janvier 2018** à midi heure de Paris, en 4 (quatre) exemplaires par voie postale à :

ATOUT France
« Impact des retombées du centenaire de la Grande Guerre »
A l'attention de Christophe de Chassey
79/81 rue de Clichy - 75009 Paris

Les offres devront être transmises par mail aux adresses suivantes :

christophe.dechassey@atout-france.fr

audrey.chaix@centenaire.org

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

7.7 Maîtrise d'ouvrage du projet et comité de pilotage

La maîtrise d'ouvrage est assurée par ATOUT FRANCE

Un comité de pilotage sera constitué des commanditaires de l'étude : ATOUT France, la mission Centenaire, la DPMA (ministère de la Défense), la DGE (ministère de l'économie) les partenaires territoriaux.

Ce comité de pilotage se réunira au lancement de l'étude, pour la présentation du rapport intermédiaire et lors de la présentation du rapport final.

À l'issue de chacune des phases, le bureau d'études retenu remettra au maître d'ouvrage, 1 semaine au moins avant la date prévue de la réunion du Comité de pilotage, un rapport détaillé et un document de synthèse en 5 exemplaires, dont 1 reproductible sur clé USB.

Chaque phase fera l'objet d'une validation par le maître d'ouvrage.

7.8 Critères de sélection

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

- la bonne compréhension des motivations et des objectifs du maître d'ouvrage	10%
- la pertinence de la méthodologie proposée et des critères d'évaluation correspondant aux objectifs poursuivis (modes, lieux et canaux de collecte de l'information, choix des données nécessaires à l'analyse, nombre et qualité des sites faisant l'objet d'un recueil d'informations auprès de leur gestionnaire et d'une enquête auprès de leurs visiteurs, intérêt des indicateurs et ratios d'analyse envisagés,...)	50%

- les références du consultant et de son équipe: références personnelles antérieures du ou des consultants (C.V. du chef de projet et des chargés d'études qui travailleront effectivement sur le projet),	20%
- Le prix proposé	20%

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

Pour répondre au présent appel d'offres plusieurs experts ou bureaux d'études pourront s'associer afin de réunir un ensemble de compétences touristiques, culturelles, économiques et économétriques.

7.9 Délai de validité des offres

Les prix proposés devront être fermes pour la durée du marché ainsi que leurs éventuels renouvellements.

7.10 Confidentialité

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

Les candidats s'engagent, à titre de clause de confidentialité, pendant une durée de 5 (cinq) ans à compter de la date de réception du présent cahier des charges, à ne pas divulguer sans l'accord préalable et exprès de Atout France, directement ou indirectement, les informations, connaissances ou savoir faire que ce soient concernant Atout France et ses modalités de fonctionnement, auxquels ils auraient pu avoir accès dans le cadre de la présente mise en concurrence, à moins que 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 candidats s'engagent également à l'égard d'Atout France à exiger de la part de leurs préposés et sous-traitants la même obligation de confidentialité.

7.11 Propriété intellectuelle

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

Si des œuvres sont créées dans le cadre de la présente consultation et/ou de la réalisation des prestations, les droits d'auteur de nature patrimoniale seront cédés, à titre non commercial, en exclusivité par le candidat sélectionné à Atout France. Les droits d'auteur de nature patrimoniale cédés s'entendent des droits d'utilisation et d'exploitation sous toutes leurs formes et sur tous supports (dont Internet et supports digitaux) :

- des droits de reproduction, par tous moyens et sur tous supports, ce qui comprend notamment le droit de reproduire tout ou partie des œuvres, de les publier, 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 candidat retenu accepte d'ores et déjà que les droits cédés ci-dessus à Atout France pourront être rétrocédés par ce dernier à la mission centenaire et aux partenaires de Atout France pour cette étude pour une utilisation conforme 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 (tableaux, bases de données, rushs, 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.

7.12 Garanties

Le candidat retenu devra garantir Atout France qu'il respecte ses obligations de déclaration auprès des organismes sociaux et fiscaux et plus généralement les réglementations sociales et fiscales en vigueur.

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

Atout France ne sera pas tenu de justifier son choix et se réserve le droit à tout moment de mettre fin de manière anticipée à la procédure décrite par le présent

cahier des charges au cours ou à l'issue de la procédure de sélection, sans frais ni indemnité et sans avoir à en préciser les raisons.

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

La présente consultation est soumise au droit français.

Tout litige né de l'interprétation ou de l'application des règles et procédures fera l'objet d'une tentative de règlement à l'amiable. Atout France et le candidat désigneront conjointement un représentant chargé, pendant une durée de 30 (trente) jours au plus à compter de la notification du litige, de proposer un règlement à l'amiable. En cas d'échec de la tentative de règlement à l'amiable, les tribunaux du ressort de la Cour d'appel de Paris seront seuls compétents pour juger de tout litige résultant de la mise en œuvre de la présente procédure.

7.14 Contacts

Pour tous renseignements complémentaires relatifs à la présente consultation, vous pouvez vous adresser à :

Christophe de CHASSEY

christophe.dechassey@atout-france.fr

Tel : 01 42 96 74 41

ATOOUT FRANCE

79 / 81 rue de Clichy – 75009 Paris

Vu, paraphé et signé [.....] pages, à , le

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

Titre :

Signature :