

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Pouvoir adjudicateur :

ATOUT FRANCE
Agence française de développement touristique



Service juridique
79/81 rue de Clichy
75009 PARIS

Téléphone : 01 42 96 70 00

**MARCHE PUBLIC DE SERVICES RELATIF A LA MONETISATION DE L'AUDIENCE DU SITE
« FRANCE.FR »**

Procédure de passation d'un marché public de service, sous la forme d'un marché à tranche, selon la procédure d'appel d'offres ouvert, en application des articles 25, 67, 68, et 77 du décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 *relatif aux marchés publics*.

Date et heure limites de remise des plis :
3 octobre 2017 à 12:00 (heure de Paris)

SOMMAIRE

<u>ARTICLE 1. CONTEXTE DU MARCHE</u>	<u>3</u>
<u>1.1 PRESENTATION DE ATOUT FRANCE</u>	<u>3</u>
<u>1.2 STRATEGIE DE ATOUT FRANCE</u>	<u>4</u>
<u>1.3 CARACTERISTIQUES DU SITE « FRANCE.FR »</u>	<u>5</u>
<u>ARTICLE 2. OBJET DU MARCHE</u>	<u>6</u>
<u>2.1 CONSTRUCTION ET MISE EN ŒUVRE DU MODELE ECONOMIQUE (BUDGET ESTIME : 164 000 € HT)</u>	<u>6</u>
<u>2.2 DEVELOPPEMENT ET DEPLOIEMENT DES FONCTIONNALITES (BUDGET ESTIME : 164 000 € HT)</u>	<u>6</u>
<u>2.3 COMMERCIALISATION (SUR COMMISSIONNEMENT)</u>	<u>7</u>
<u>ARTICLE 3. LISTE DES ANNEXES</u>	<u>9</u>

ARTICLE 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

1.1 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.



1.2 Stratégie de ATOOUT FRANCE

En octobre 2015, le Ministère des Affaires Etrangères et du Développement International a chargé ATOOUT FRANCE de gérer le Site « france.fr » (ci-après dénommé le « Site »).

Ce Site est le cœur d'un écosystème numérique qui comprend également une présence sur différents médias sociaux, un CRM, et un dispositif de campagnes numériques.

Cet écosystème a pour vocation de promouvoir la destination touristique France à l'international, et doit répondre à trois objectifs :

- Attirer davantage de touristes en France ;
- Promouvoir à l'international l'offre française des partenaires institutionnels et industriels de ATOOUT FRANCE, dans sa diversité ;
- Constituer une source de recettes afin de contribuer à son développement et à sa maintenance, voire à sa promotion.

Un appel d'offres européen a été lancé le 21 septembre 2016 sous le numéro 2016/S 182-327557 concernant le développement, la gestion, la valorisation et la promotion du Site ayant pour vocation de promouvoir la destination France à l'international. Il était constitué de 4 (quatre) lots :

- Lot 1 : Conception, développement et maintenance technique du Site, y compris les pages de campagnes,
- Lot 2 : Production et gestion du contenu éditorial du Site,
- Lot 3 : Gestion des médias sociaux, en cohérence avec le Site,
- Lot 4 : Monétisation de l'audience du Site (commissionnement, commercialisation d'espaces publicitaires, etc.).

L'agence BETC Digital a été sélectionnée pour mettre en œuvre les actions des trois premiers lots et notamment développer le nouveau Site qui sera mis en ligne au mois de décembre 2017.

Le lot 4 intitulé « Monétisation de l'audience du Site (commissionnement, commercialisation d'espaces publicitaires, etc....) » a été déclaré sans suite pour motif fondé sur le besoin du pouvoir adjudicateur.

C'est dans ce cadre que la présente mise en concurrence est lancée. Elle a pour objet la sélection d'un prestataire qui proposera un modèle économique de monétisation du Site et sera en charge de sa mise en œuvre.

1.3 Caractéristiques du Site « france.fr »

Le Site est présent dans 31 (trente et un) pays et 16 (seize) langues.

Il a pour objectif à moyen terme d'atteindre 100 (cent) millions de pages vues par an, contre 20 (vingt) millions actuellement.

Il est aujourd'hui consulté à 45% (quarante-cinq pourcent) sur ordinateur fixe, à 10% (dix pourcent) sur tablette, et à 45% (quarante-cinq pourcent) sur mobile. La part du mobile est en croissance.

Il est un site média qui inspire l'internaute, et constitue un outil de séduction de la destination France. Il valorise notamment les 16 (seize) marques mondiales de la destination France, les marques liées au contrat de destination, et les pôles d'excellence.

Le Site est composé :

- D'informations chaudes et froides sur l'offre touristique française, avec un tronc commun global, et des contenus particuliers par pays ;
- D'espaces dédiés à des campagnes on-line, réalisées par les bureaux de ATOUT FRANCE dans les différents pays ;

Il n'a pas vocation à devenir un site d'e-commerce, qui intégrerait des process transactionnels.

Le Site constitue également une source de recettes, et 3 (trois) leviers sont aujourd'hui identifiés (actifs ou potentiels) :

1. Levier des campagnes réalisées par les bureaux de ATOUT FRANCE sur les marchés internationaux, pour le compte de partenaires (par exemple, présence d'offres partenaires sur le Site, sous forme de publi-rédactionnel, etc.....) ;
2. Affiliation pour le compte de grands e-commerçants (en cours de développement) : à titre indicatif par exemple Accorhotels, Air France, Ceetiz, Easyvoyage ;
3. Bannières publicitaires.

ARTICLE 2. OBJET DU MARCHÉ

Le budget alloué à cette prestation ne dépassera pas 328 000 € HT (trois cent vingt-huit mille euros Hors Taxes) pour toute la durée du marché.

Les candidats devront proposer une répartition du budget pour chacune des étapes 1 et 2 décrites ci-dessous. La rémunération relative à l'étape 3 sera établie sur commission, en fonction de l'activité commerciale réalisée.

Les prestations suivantes sont attendues de la part du candidat.

2.1 Construction et mise en œuvre du modèle économique (Budget estimé : 164 000 € HT)

Dans ce cadre, l'objectif est de financer le développement en continu du Site, sa maintenance, sa promotion, et qu'il constitue également une source croissante de recettes pour ATOOUT FRANCE lui permettant de financer techniquement le Site, les ressources et d'organiser des opérations de promotions pour les marques de la destination France.

Les propositions faites doivent prendre en compte la ligne éditoriale du Site et favoriser une navigation optimale de l'Internaute. France.fr devenant un site média, le modèle économique devra se baser sur celui d'un site média.

- Analyse et recommandations des moyens et outils pour commercialiser un site média et plus particulièrement france.fr selon l'objectif cité ci-dessus ;
- Etude et proposition d'offres commerciales adéquates avec grille tarifaire sachant que France.fr est disponible en 16 langues dans 31 pays (Package multi-pays, offre par pays..). Chaque offre devra être détaillée. Par exemple si une proposition est faite de package multi-pays, quels pays regrouper et pourquoi ? quels moyens ? quel tarif ?...
- Fourniture d'un ou plusieurs kits de commercialisation selon les recommandations faites précédemment ;
- Selon les recommandations faites, projections des recettes et coûts attendus pour Atout France en années N, N+1 sous la forme d'un procès verbal validé par les deux parties.

Cette phase devra être réalisée durant les deux (2) premiers mois à compter de la notification du marché.

2.2 Développement et déploiement des fonctionnalités (Budget estimé : 164 000 € HT)

L'assistance à la maîtrise d'ouvrage pour la mise en œuvre opérationnelle sur le Site comprend :

ATOUT FRANCE
Marché de monétisation de l'audience du Site « france.fr »
CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

- Pilotage du développement et du déploiement des fonctionnalités sur le Site en relation avec BETC, le développeur de la nouvelle itération du Site ;

- Réalisation des travaux techniques validés fonctionnellement par ATOUT FRANCE et techniquement par le développeur du Site. Une documentation d'installation et déploiement devra être réalisée et fournie à ATOUT FRANCE. Le prestataire retenu s'engage à travailler en bonne collaboration avec BETC dans le cadre de ses missions et à ne pas faire obstacle ou retarder les prestations qui lui ont été confiées ou celles mises en œuvre par BETC.

- Transfert de compétences vers les équipes Projets et Commerciales de Atout France notamment des méthodes de gestion opérationnelle de ses activités de monétisation, en coordination avec Atout France.

La réalisation des prestations débutera à compter de la notification du marché et devra être terminée au 31 décembre 2017.

2.3 Commercialisation (sur commissionnement)

Le titulaire réalisera, pour le compte de Atout France, la commercialisation du Site et de ses espaces selon le modèle qu'il aura préalablement réalisé (étapes définies au 2.1 et 2.2).

Atout France :

- assurera la cohérence du positionnement éditorial et commercial et validera notamment :
 1. Le niveau de pression commerciale souhaitable ;
 2. La pertinence des offres commerciales selon le contexte des différentes pages.
- contractera directement avec l'annonceur.

Le titulaire assurera toutes les phases de la commercialisation :

- Propositions d'annonceurs potentiels ;
- Prospections des annonceurs retenus ;
- Propositions de prestations en lien avec Atout France ;
- Mise en œuvre opérationnelle ;
- Suivi avec l'annonceur ;
- *Reporting* régulier auprès d'Atout France.

La réalisation des prestations débutera dès la notification du marché et prendra fin à l'échéance du marché.

La rémunération se fera sur commissionnement. Le taux de commissionnement sera fixé dans le procès verbal du modèle économique (§2.1) sur la base d'une proposition du candidat. Le niveau de rémunération devra être explicitement décrit par le candidat.

ATOUT FRANCE
Marché de monétisation de l'audience du Site « france.fr »
CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Ce commissionnement couvrira l'ensemble de la prestation de commercialisation.
Aucun budget complémentaire ne sera alloué.

ARTICLE 3. LISTE DES ANNEXES

Des annexes sont fournies afin de permettre aux candidats de mieux comprendre le contexte et les attentes de ATOOUT FRANCE dans le cadre du présent marché.

Ces annexes sont les suivantes :

ANNEXE A : RESEAU ATOOUT FRANCE

ANNEXE B : FRANCE.FR, SITE MEDIA DE LA DESTINATION FRANCE

ANNEXE C : LIGNE EDITORIALE FRANCE.FR

ANNEXE D : RAPPORT D'ACTIVITE 2016 DE ATOOUT FRANCE

ANNEXE E : LIVRET DES PRESTATIONS 2017

ANNEXE A : Réseau ATOUT FRANCE

Atout France est présent sur les cinq continents à travers un réseau de 33 bureaux, implantés dans 30 pays.



ANNEXE B : FRANCE.FR, Site média de la destination

France

FRANCE.FR, SITE MÉDIA DE LA DESTINATION FRANCE

France.fr est un site inspirant et séduisant qui propose le meilleur de l'art de vivre français. Les contenus proposés illustrent la convivialité, l'audace, la créativité, le romantisme d'une France innovante, contemporaine, culturelle, en constant renouvellement.

UNE LIGNE ÉDITORIALE QUI VALORISE LES MARQUES MONDIALES DE DESTINATIONS

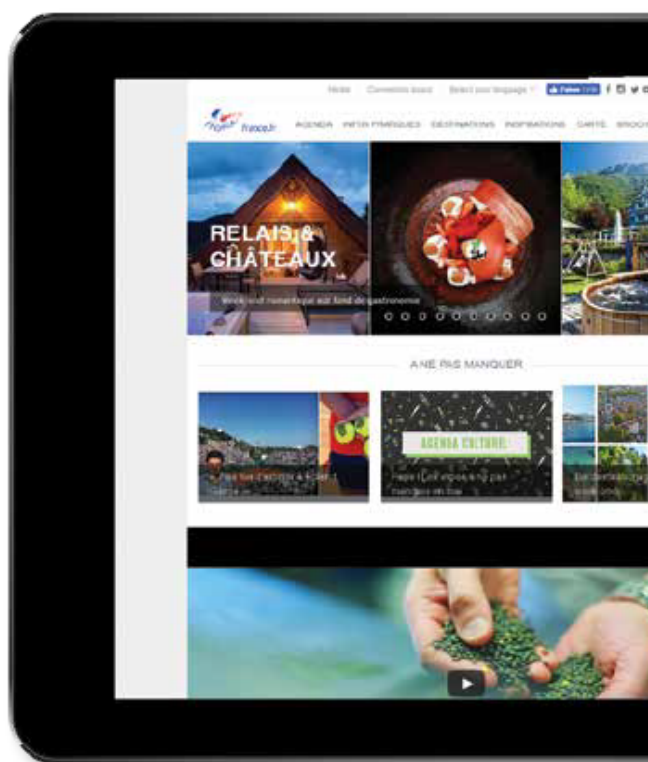
Les choix éditoriaux s'appuient sur les marques mondiales de destinations, les Contrats de Destination ainsi que les pôles d'excellence (écotourisme, œnotourisme, savoir-faire, etc.). Les atouts des marques de destination donnent toute leur mesure grâce au traitement immersif et testimonial des contenus. Ces regards différents, inspirés d'expériences vécues, informent le lecteur-spectateur, tout en misant résolument sur l'émotion.

FRANCE.FR EN CHIFFRES

15 millions de visites (+36% par rapport à 2015) et 12 millions de visiteurs (+20% par rapport à 2015)

17 langues et 31 versions adaptées aux différents marchés internationaux

243 campagnes digitales réalisées en 2016



31 VERSIONS INTERNATIONALES

Disponibles en 17 langues et 31 versions, les contenus sont adaptés par les bureaux de Atout France à la spécificité et aux attentes des différents marchés internationaux. Les contenus du site sont également relayés sur les réseaux sociaux gérés par les bureaux de Atout France à travers le monde et c'est ainsi plus de 3,5 millions de personnes qui viennent puiser l'inspiration pour de futurs voyages.

ANNEXE C : LIGNE EDITORIALE FRANCE.FR

Le Site se positionne comme le premier site média de voyage vers la France, et devenir la référence pour un public de voyageurs étrangers.

La ligne éditoriale vise à mettre en valeur la diversité et la singularité des territoires français à fort potentiel international, notamment à travers les marques mondiales et les contrats de destination, grâce à une approche immersive, fondée sur de nouveaux regards, des témoignages de personnalités, de jeunes talents, d'influenceurs ancrés dans leur territoire...

Le site raconte des voyages et des histoires en s'éloignant du factuel et de l'intemporel, des lieux communs et des cartes postales pour raconter une France vibrante, vivante, à visiter d'urgence :

Cela passe par :

- ➔ une approche immersive, fondée sur de nouveaux regards, des témoignages de personnalités, de jeunes talents, d'influenceurs ancrés dans leur territoire...
- ➔ un traitement de l'information inspiré des médias spécialistes de l'art de vivre et de la culture, afin de décaler le regard pour révéler une France inédite.
- ➔ de nouveaux formats faisant la part belle à la vidéo et à la photo, et aux interactions avec les réseaux sociaux, afin d'optimiser la viralité de nos contenus et développer l'audience de nos supports digitaux.
- ➔ exemple : un reportage photos/interviews réalisé en avant-première de la réouverture de l'Hôtel de Crillon (publié sur l'actuelle version du Site).

ATOUT FRANCE
Marché de monétisation de l'audience du Site « france.fr »
CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Media Convention board Select your language J'aime 1 511 f i t y inscription enews

france.fr AGENDA INFOS PRATIQUES DESTINATIONS INSPIRATIONS CARTE BROCHURES

Chut! Suivez-nous dans les coulisses de l'Hôtel de Crillon à Paris...

Publié le : 03 juillet 2017



Estelle Lamotte, Directrice de la Restauration, au bar Les Ambassadeurs - © Guillaume Landry pour France.fr

Au numéro 10 de la place de la Concorde à Paris, un mythe prépare son grand retour. L'hôtel de Crillon ouvre enfin ses portes après 4 ans de travaux. Nous nous sommes glissés en coulisses quelques jours avant l'ouverture, pour rencontrer quelques uns des acteurs de cette renaissance. Suivez-nous!

ANNEXE D : RAPPORT D'ACTIVITE 2016 DE ATOUP FRANCE

ANNEXE E : LIVRET DES PRESTATIONS 2017