



**Choix d'une agence media
pour gérer l'animation, la promotion et la
commercialisation de l'offre de l'Office du
Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP) en
Chine continentale**

Document contractuel

PRESTATION DE SERVICES

Pour la mise en concurrence de prestation d'accompagnement promotionnel,
la mise en vente de produits et l'achat d'espaces média en Chine continentale

REPRÉSENTANT DU POUVOIR ADJUDICATEUR :

Office du Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP)
Direction Stratégie Digitale et Communication B2C

144 bd MacDonald
75019 Paris

1. PRESENTATION DE L'OTCP

L'OFFICE DU TOURISME ET DES CONGRES DE PARIS

L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris a été créé en 1971, à l'initiative conjointe de la Ville de Paris et de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, sous la forme d'une association à but non lucratif régie par la loi du 1er juillet 1901. Il a pour mission d'accueillir et d'informer les visiteurs ; de promouvoir les atouts de la capitale, en France et à l'étranger ; d'accompagner les professionnels du tourisme parisien.

33 millions de visiteurs ont séjourné à Paris en 2017. Pour les accueillir, les informer et faciliter leur séjour, l'Office anime des points d'accueil sur les lieux les plus fréquentés de la capitale, enrichit quotidiennement un site internet multilingue www.parisinfo.com (1,3 M de sessions uniques/mois) et échange avec sa communauté d'amoureux de Paris grâce aux comptes « Paris je t'aime » présents sur les réseaux sociaux (1,3 M de fans). Une plateforme de réservation permet aux visiteurs de préparer leur voyage et d'acheter leurs billets (musées, monuments, transports, croisières, diners, cabarets, excursions...), notamment le Paris Pass Lib', pass officiel de la destination (50 K pass vendus en 2017).

En collaboration avec les professionnels parisiens, l'OTCP valorise l'offre touristique parisienne de loisirs et d'affaires auprès des opérateurs et des médias prescripteurs de la destination Paris. Il développe à leur intention une gamme d'outils dédiés, définit et met en œuvre des plans d'actions destinés aux marchés matures et à fort potentiel.

Sur la cible grand public, l'Office investit, en France comme à l'international, dans des campagnes médias copilotées avec des partenaires clés majeurs des secteurs public et privé pour promouvoir la destination.

En Chine continentale, l'OTCP communique à travers les supports digitaux suivants :

WeChat (+ de 4K dans actifs ; plus de 50K vues) : ParisTourismOfficial

En moyenne sur l'année 2018 : 4 animations postées par mois ; + de 15 K vues par post ; soit un taux de lecture de 148,63 % ; taux de partage : 2,24 %

Sina Weibo (9,7 K abonnés) : 巴黎旅游局

https://www.weibo.com/u/6460739411?is_hot=1

En moyenne sur l'année 2018 : 5 posts publiés par semaine ; 20 M de vues sur les posts/mois ; soit un taux de lecture de 492,13 % ; taux de partage : 0,2 %.



200 M

Portée globale des outils digitaux de l'OTCP

100 K

Optins et abonnés aux newsletters

1,2 M

Visiteurs convertis grâce aux campagnes marketing B2C

50

Partenaires issus des secteurs public et privé

3 M

Optins supplémentaires via les partenariats de l'OTCP

1,2 M

Followers sur les réseaux sociaux : Instagram, Facebook, Twitter, WeChat et Weibo

15 M

Personnes atteintes à travers les opérations RP de l'OTCP

2 K

Articles parus pour 9 M de contre-valeur publicitaire

400 K

Billets vendus sur la plateforme de réservation

88 K

clients

Données 2018

2. CONTEXTE ET OBJECTIFS

- **Contexte**

En 2018, la croissance du tourisme chinois en France a fortement ralenti. Nous sommes passés d'une croissance de 20% en 2016 et 2017 à une croissance de 3,8% de janvier à septembre 2018. Quant à 2019, les prévisions aériennes enregistrent -8% sur les réservations du premier trimestre. Dans ce contexte de recul important, dû aux récents événements en France, mais aussi à la montée du tourisme domestique en Chine et de la concurrence toujours grandissante d'autres destinations européennes auprès de la clientèle chinoise, l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris se mobilise afin donner à voir une image positive et attractive de la destination sur les médias chinois.

Le marché chinois demeure en effet le premier marché émetteur mondial et continue d'enregistrer des volumes record. C'est pourquoi l'OTCP entend intensifier ses actions entamées en 2018 sur la cible des FIT chinois grâce à une communication continue tout au long de l'année et à des actions de promotions forte pendant les temps forts du tourisme en Chine.

- **Cibles**

FIT chinois ultra connectés :

- millenials 25-35 ans et familles (cibles prioritaires) ;
 - 18-25 ans et 35-55 ans (cibles secondaires),
- ⇒ appartenant aux classes moyennes supérieures

- **Objectifs**

- Séduire par la mise en œuvre de campagnes médias opérationnelles les cibles définies, l'objectif final étant de déclencher des séjours à Paris ;
- Rassurer et diffuser des messages positifs sur la destination ;
- Travailler la notoriété de la destination Paris, et diffuser le plus largement possible les images de Paris ;
- nouer des relations privilégiées avec une 10aine de KOL afin qu'ils deviennent les ambassadeurs récurrents de la destination

3. OBJET DE LA MISE EN CONCURRENCE

L'OTCP entend sélectionner un prestataire en charge de l'accompagner dans :

- Sa communication digitale en Chine continentale : animation et actions de promotion de ses comptes Weibo et WeChat « Paris je t'aime » ; ouverture d'un nouveau compte sur une plateforme vidéo (ex : TicToc) ;
- La monétisation de ses outils : accompagnement sur la mise en place d'une boutique automatisée sur WeChat ;
- La promotion de la destination et de ses outils digitaux : organisation de partenariats avec des KOL ou des partenaires privés ; organisation et/ou accompagnement d'accueils de KOL ; mise en place d'au moins 5 campagnes de promotion autour des temps forts du tourisme en Chine (Nouvel An Chinois, saison estivale, Golden Week, Single Day)
- Développement d'un réseau de relations presse, notamment d'une dizaine de KOL ambassadeurs réguliers de la destination ; détermination des supports les mieux adaptés aux cibles prioritaires précitées ;
- Veille e-reputation sur la destination

4. PRESTATIONS DEMANDÉES AU PRESTATAIRE SÉLECTIONNÉ

- **Communication digitale**

En lien avec l'équipe Stratégie Digitale et Communication B2C de l'OTCP, le prestataire sélectionné devra :

- Définir un calendrier de production de contenu en fonction de la saisonnalité chinoise sur les comptes « Paris je t'aime » WeChat et Weibo ;
- Produire en chinois du contenu qualifié et adapté aux spécificités des réseaux sociaux chinois sur la destination Paris et aux cibles définies ; il pourra pour cela reprendre certains contenus postés par les équipes de l'OTCP sur les réseaux occidentaux, mais il

devra également créer des contenus spécifiques à la cible définie plus haut. Les thématiques culturelles, shopping et mode, insolite, hors de sentiers battus et gastronomie devront être spécifiquement mises en avant. Le ton devra être attractif sans toutefois être trop enfantin, l'OTCP étant une institution officielle représentant la destination. Les contenus devront également être différenciés par rapport à ce que postent les autres acteurs institutionnels tels qu'Atout France et le CRT Ile-de-France ;

- Acquérir des followers qualifiés sur le compte WeChat et Weibo « Paris je t'aime » : identifier des canaux de recrutement, mener les actions de communication nécessaires.
- Evaluer régulièrement (tableau de bord mensuel) avec des indicateurs précis l'efficacité des actions engagées : nombre de followers qualifiés acquis, taux de lecture, de partage, de réactivité etc.
- Mettre en place une veille sur l'e-reputation des destinations Paris-Ile de France sur les médias sociaux chinois ;
- Création et animation d'un compte Paris je t'aime sur la plateforme de vidéo Tictoc et production de contenus adaptés (vidéos virales de 7 secondes max. Objectif : publication d'une vidéo tous les 2 jours) ;

⇒ **Objectifs :**

- 3 K abonnés par trimestre sur chacun des réseaux (et de limiter les désabonnements) ;
- 15 M de vues cumulées par trimestre sur l'ensemble des réseaux ;
- Engagements : dépasser les 1/30 et garantir 500 K d'engagements cumulés sur les 3 réseaux par trimestre
- Augmentation du nombre de réservation aérienne Chine > Paris et augmentation du nombre de touristes chinois à Paris (+5 % d'augmentation)

- **Promotion**

Proposer au moins 5 temps forts de promotion multimédia et assurer l'organisation et/ou l'accompagnement d'accueils KOL pour renforcer ces temps de prise de parole :

- Nouvel an chinois,
- 2 campagnes en été,
- Golden Week,

- Single day

⇒ **Objectifs :**

- 10 K PV (pages vues) ;
- 30 K abonnés entrants ;
- 3 K likes ;
- 2 100 partages ;
- 3 000 commentaires

En parallèle, assurer la promotion de notre mini programme WeChat Paris Experience.

⇒ **Objectifs :**

- 1 M de PV cumulées en 2019
- 200 K VU (visiteur unique) sur l'outil en cumulé 2019

Temps forts à mettre en place via des campagnes WeChat Moments, des jeux H5, des partenariats de contenus avec des influenceurs, des accueils de KOLs, des achats médias ou de contenus sur des canaux digitaux et/ou multimédia...).

L'agence est libre de proposer en option d'autres actions qu'elle jugerait pertinentes.

Les dépenses induites, et notamment les éventuels achats d'espace, doivent être identifiés et correspondre au budget défini ci-dessous;

L'OTCP reste propriétaire de ses comptes sociaux et canaux de communication digitale ainsi que des contenus qui y figurent, quel que soit le degré d'implication de l'agence dans l'animation des comptes sociaux et canaux de communication.

- **Commercialisation**

- Lancer une enquête terrain orientée e-commerce en Chine continentale : qu'attendent les consommateurs chinois en matière d'aide à la préparation de séjour ? d'offres pour réserver leurs visites ? 100 interviews qualifiées qui pourront être menées dans notre bureau d'accueil (goodies fournis par l'OTCP pour remercier les participants) ;
- Mettre en place dès le mois de janvier du Pay and collect (avant le nouvel an chinois) ;

- Accompagner l'OTCP sur la mise en place d'une boutique entièrement sur WeChat permettant de dématérialiser l'offre de sa plateforme de réservation pour la clientèle chinoise utilisatrice de WeChatPay ;
 - Cet outil de commercialisation doit être un mini programme, afin de pouvoir être connecté à notre compte WeChat et notre mini programme WeChat Paris Expérience.
- ⇒ **Objectif** : 20 K€ vente sur les outils WeChat de l'OTCP

5. CONTACTS

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter uniquement par mail :

arampelberg@parisinfo.com

serviceachat@parisinfo.com

6. CALENDRIER

Remise du cahier des charges aux candidats	Le 21 décembre 2018
Date limite de réception des offres	Le 10 janvier 2019
Choix définitif du prestataire	Le 14 janvier 2019
Prise en main des réseaux et démarrage de l'animation	Le 17 janvier 2019 au plus tard

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

7. BUDGET

Le prestataire ne pourra dépasser une rémunération de 89 000 € HT pour sa prestation de service sur l'année 2019.

Une enveloppe prévisionnelle, comprenant la rémunération du prestataire, objet du présent appel d'offre, l'achat des médias et de prestations techniques autres est prévue à hauteur de **199 000 euros HT** maximum. La proposition doit détailler chaque item avec son coût. L'OTCP se réserve le droit de choisir les actions les plus pertinentes parmi celles proposées par l'agence, et de n'appointer une agence que pour l'une des deux parties de la communication. Suite à la réception des propositions, une pré-sélection des agences sera faite. Une discussion sur les actions proposées et une renégociation seront possibles avant le choix définitif d'une, ou éventuellement de deux agences.

Voici la répartition théorique du budget comprenant les actions envisagées :

- **Animation : 39 K€**
 - Animation des comptes WeChat et Weibo pendant toute l'année 2019 ;
 - Création et animation du compte TicToc, production de contenu vidéo adapté aux formats TicToc

- **Promotion : 130 K€**
 - 5 campagnes temps forts (soit un budget de 15 K€ par campagne) ;
 - Promotion du miniprogramme WeChat Paris Experience
 - Organisation et accompagnement d'accueils KOL pendant les temps forts identifiés

- **E-commerce : 30 K€**
 - mise en place du pay & collect avec le bureau d'accueil de l'OTCP,
 - connexion nouvelle API E-boutique OTCP à l'environnement WeChat,
 - enquête terrain

Le prestataire devra distinguer dans sa facturation, les factures correspondant au présent marché, des factures correspondant aux achats de médias et autres prestations réalisées par des tiers.

8. REGLEMENT DE LA CONSULTATION

8.1 Objet de la consultation

L'Office du tourisme et des Congrès de Paris recherche une agence media pour les accompagner dans la promotion de la destination et l'animation de leur communication digitale en Chine continentale.

Deux agences pourront éventuellement être appointées si la qualité des propositions dans chaque domaine respectif le justifie.

Sous réserve de la conclusion d'un contrat entre l'OTCP et le ou les candidats retenus, les prestations seront réalisées à partir du 17 janvier 2019 pour une durée de 1 (un) an, soit jusqu'au 16 janvier 2020.

8.2 Information des candidats

L'information des candidats est assurée par la remise du cahier des charges dont le présent règlement de la consultation. Pour toutes questions relatives au présent cahier des charges vous pouvez contacter les personnes citées à l'article « Contacts ».

Tout renseignement complémentaire relatif au contenu technique de la consultation peut être obtenu jusqu'au 07/01/2019 inclus, par mail uniquement, à l'adresse suivante : arampelberg@parisinfo.com. A noter toutefois que les bureaux de l'OTCP seront fermés les 24/25 décembre et les 31 et 1^{er} janvier. Il est acquis que l'ensemble des candidats sera susceptible de recevoir les réponses aux questions éventuellement posées par l'un d'entre eux. Aucune réponse ne sera donnée par téléphone. Les réponses seront publiées sur le site de l'OTCP.

8.3 Comité décisionnaire

La réalisation des contenus est conduite par l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris.

8.4 Dossier de consultation

Le dossier de consultation remis aux agences est constitué par le présent cahier des charges en version française.

8.5 Présentation des offres

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

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

Structure du dossier :

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

- > Une note d'intention précisant s'ils candidatent pour l'ensemble des prestations ou une seule de parties (animation et/ou actions de promotion et/ou commercialisation des offres de l'OTCP)
- > Une proposition d'accompagnement ;
- > Le budget de leur prestation en distinguant, poste par poste, les honoraires et les frais techniques ;
- > Une liste de références de clients pour le même type de prestations ;
- > Des liens vers des exemples de réalisations précédentes avec, dans la mesure du possible, les coordonnées des clients concernés ;
- > La composition de l'équipe amenée à intervenir sur le projet, en incluant leurs compétences notamment linguistiques ;
- > Les coordonnées complètes du candidat (notamment téléphone mobile et adresse mail, le cas échéant).
- > Un calendrier prévisionnel

8.6 Dépôt des offres

Les offres, rédigées en français ou en anglais, devront impérativement être reçues au plus tard le 10/01/2019 à 17h (heure de Paris) en 1 (un) exemplaire par voie électronique à :

arampelberg@parisinfo.com CC serviceachat@parisinfo.com

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

8.7 Critères de sélection

L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris sélectionnera l'offre la plus intéressante en tenant compte des éléments suivants donnés selon un ordre indicatif :

- > la compréhension de la problématique,
- > la réactivité,
- > les tarifs proposés,
- > les moyens humains mis en œuvre,
- > les moyens techniques mis en œuvre,
- > l'implication dans le projet, et tout particulièrement sur la production de contenu, d'une ou plusieurs personnes s'exprimant parfaitement en chinois à l'écrit,
- > l'implication dans le projet, et tout particulièrement sur la production de contenu, d'une ou plusieurs personnes connaissant bien la culture française, Paris et sa région, et étant soit francophones soit anglophones,
- > la connaissance du marché chinois et la capacité à orienter la ligne éditoriale et à définir le type de contenus les plus adaptés

8.8 Délai de validité des offres

Les prix proposés devront être fermes pour la durée du marché et conformes aux budgets énoncés ci-dessus.

8.9 Indemnisation des candidats

Les candidats ne seront pas indemnisés pour leur participation à cette consultation.

8.10 Confidentialité

Cette consultation est confidentielle. Les contacts doivent être exclusifs entre le personnel de l'OTCP 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 l'OTCP, directement ou indirectement, les informations, connaissances ou savoir-faire que ce soient concernant l'OTCP 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 de l'OTCP à exiger de la part de leurs préposés la même obligation de confidentialité.

8.11 Propriété intellectuelle

Tous les éléments transmis aux candidats par l'OTCP dans le cadre de la présente consultation restent la propriété de ce dernier. Les candidats s'engagent à 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 les contenus promotionnels, les droits d'auteur de nature patrimoniale seront cédés, à titre commercial et non commercial, en exclusivité par le candidat sélectionné à l'OTCP.

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

- > Des droits de reproduction, par tous moyens et sur tous supports, ce qui comprend notamment le droit de reproduire tout ou partie des œuvres, de les publier, etc. ;
- > Des droits de représentation par tous procédés ;
- > Des droits d'adaptation, modification, traduction, etc.

La présente cession sera consentie pour le monde entier, y compris les espaces aériens et maritimes, et ce pour une durée de 5 (cinq) ans à compter du 14 janvier 2019 et jusqu'au 14 janvier 2024.

Il est convenu que l'OTCP pourra rétrocéder, à sa seule discrétion, tout ou partie de ses droits sur lesdites œuvres cédées, pour une utilisation dans les mêmes conditions que celles stipulées ci-dessus, ce que le candidat retenu accepte d'ores et déjà.

Le candidat retenu fait son affaire d'obtenir des auteurs, inventeurs, graphistes, photographes, réalisateurs, 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 l'OTCP contre toute revendication des tiers quant aux droits de propriété intellectuelle et lui en garantit l'exercice paisible.

Le candidat retenu devra fournir à l'OTCP l'ensemble des éléments (vidéos, rushs, maquettes, dessins, photographies, illustrations, logos, schémas, polices de caractères spécifiques, affiches, etc.) sur CD Rom.

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

8.12 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 l'OTCP, en garantit leur compétence et leur professionnalisme.

8.13 Conditions générales

Le non-respect des formalités et procédures décrites ci-dessus par un candidat pourra entraîner le rejet définitif de son dossier par l'OTCP.

L'OTCP 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 l'OTCP, sous peine de rejet définitif de son dossier par l'OTCP.

La présente consultation n'implique pas l'obligation pour l'OTCP d'attribuer le marché.

L'OTCP 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 l'OTCP 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. L'OTCP 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.

9. CONTACTS

Alice Rampelberg

Directrice Stratégie Digitale et Communication B2C

Mail : arampelberg@parisinfo.com

CC: Aurore Magdziarek

Responsable questions marché public

Mail : serviceachat@parisinfo.com

Vu, paraphé et signé,

A ...

Le ...

Titre et signature de la personne responsable du marché :

Titre :

Signature :