

France-Paris: Advertising services

OJ S 227/2017 25/11/2017

Contract award notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: GIE Atout France, agence française de développement touristique

National registration number: 340709211

Postal address: 79 / 81 rue de Clichy

Town: Paris

NUTS code: FR101 Paris

Postal code: 75009

Country: France

Contact person: Franck Paillard

E-mail: franck.paillard@atout-france.fr

Telephone: +33 0142967000

Internet address(es):Main address: <http://atout-france.fr>**I.4. Type of the contracting authority**

Other type: Organisme chargé d'une mission d'intérêt général

I.5. Main activity

Other activity: Tourisme

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement**II.1.1. Title**

Accord-cadre mono attributaire sous la forme d'un marché à bons de commande portant sur des prestations de conseils et d'achats média France et monde.

II.1.2. Main CPV code

79341000 Advertising services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Choix d'un prestataire pour assurer l'ensemble des achats publicitaires France et monde de Atout France, de ses bureaux ainsi que de ses partenaires. En fonction des caractéristiques propres à certains marchés, des conditions particulières pourront être mises en place dans certains cas, notamment la possibilité de solliciter une agence locale.

Répartition en deux lots distincts:

Lot 1: Campagnes 100 % digitales (tous leviers confondus: social média, native ads, achat de mots clés...).

Lot 2: Campagne pluri-media: campagnes avec une approche plurimedia où la presse, la TV, la radio, le digital, le cinéma, l'événementiel ou l'affichage, peuvent être activés simultanément ou de façon concomitante, avec des objectifs fixés à chaque type de prise de parole.

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: yes

II.1.7. Total value of the procurement

Value excluding VAT: 21 000 000,00 EUR

II.2. Description

II.2.1. Title

Campagnes 100 % digitales (tous leviers confondus: social média, native ads, achat de mots clés...)

Lot No: 1

II.2.2. Additional CPV code(s)

79341100 Advertising consultancy services, 79341400 Advertising campaign services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: 00 Other or Not Specified

II.2.4. Description of the procurement

Dans le cadre de campagnes de communication digitales, Atout France et ses partenaires utilisent divers canaux publicitaires pour promouvoir leurs activités.

Atout France, ou ses partenaires, peuvent avoir besoin de faire une publicité sur:

- une ou plusieurs des plates-formes des réseaux sociaux;
- les média en ligne, les portails d'actualité, les sites web spécialisés, etc;
- les média numériques, les plates-formes et les sites web connus, ou encore inconnus au moment de la rédaction de ces spécifications techniques;
- les blogs et sites internet / relais sur les réseaux sociaux d'influenceurs online.

Le contrat couvre potentiellement les huit types d'activités suivants:

- recommandation stratégique / Media planning,
- achat de média,
- production / ajustement des publicités,
- surveillance / optimisation,
- évaluation,
- planification stratégique / prospective,
- accès et mise à disposition / exploitation de toutes les études média, piges, benchmark et enquêtes d'audience permettant une analyse fine du secteur des média, du tourisme ou de tout élément utile à analyser les investissements publicitaires, les cibles marketing...

Accompagnement dans la prospection commerciale de nouveaux partenaires.

Le titulaire peut être tenu de livrer une à 8 de ces activités chaque fois que Atout France émet un bon de commande.

II.2.5. Award criteria

Quality criterion - Name: Compréhension de la problématique au regard de la multiplicité des missions demandées ainsi que des acteurs (campagne sur un ou plusieurs marchés, campagne menée en simultané avec un partenaire, camp / Weighting: 10/100

Quality criterion - Name: Moyens humains globaux mis à disposition dans la coordination du compte au quotidien: nombre et profil des personnes affectées sur les différentes missions du projet (qualification du personnel mobil / Weighting: 20/100

Quality criterion - Name: Moyens techniques mis en oeuvre et à disposition dans la coordination du compte au quotidien: les campagnes en cours en France et à l'international, le budget dépensé, les outils de suivi au quotidie / Weighting: 10/100

Quality criterion - Name: Créativité et flexibilité dans les propositions de plans media, la technologie des solutions proposées sur le volet web (justificatif du choix du plan de communication, des possibilités de rédiger les / Weighting: 15/100

Quality criterion - Name: Les délais et le type de bilan de campagne proposé et solutions de reporting (intégrant les indicateurs de performance) / Weighting: 15/100

Quality criterion - Name: Evolutivité des solutions proposées sur les différentes missions demandées en fonction de la stratégie et des partenariats éventuels mis en place par Atout France au cours de la réalisation du marché / Weighting: 5/100

Quality criterion - Name: Accompagnement dans la prospection commerciale de nouveaux partenaires / Weighting: 5/100

Cost criterion - Name: Pourcentage de commissionnement par media et coût afférents à la mise en oeuvre des campagne, tels qu'exprimés dans le bordereau des prix et l'acte d'engagement / Weighting: 20/100

II.2.11. Information about options

Options: no

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds: no

II.2.14. Additional information

II.2. Description

II.2.1. Title

Campagne pluri-media avec une approche plurimedia où la presse, la TV, la radio, le digital, le cinéma, l'événementiel ou l'affichage, peuvent être activés simultanément ou de façon concomitante

Lot No: 2

II.2.2. Additional CPV code(s)

79341100 Advertising consultancy services, 79341400 Advertising campaign services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: 00 Other or Not Specified

II.2.4. Description of the procurement

Dans le cadre de campagnes de communication pluri-media, Atout France et ses partenaires utilisent divers canaux publicitaires pour promouvoir leurs activités:

- la presse (publicité imprimée dans les quotidiens, les hebdomadaires, les mensuels, les magazines, la presse spécialisée, les catalogues professionnels, etc.),
- la télévision (des vidéos promotionnelles courtes),
- la radio (des spots radio ou des jeux antenne),
- le cinéma (des vidéos promotionnelles courtes),
- l'affichage (panneaux d'affichage / écrans, stations de train, aéroports, transports publics locaux, autres media extérieurs).

- des opérations événementielles (Soirée BtoB / media...),
- digital — annonces numériques / Réseaux sociaux ou opérations événementielles (jeu concours sur france.fr ou sur nos réseaux sociaux...), relais sur les réseaux sociaux d'influenceurs online.

Selon ses besoins, Atout France fait la publicité sur un ou plusieurs marchés.

Le présent marché couvrira les huit types d'activités suivants:

- recommandation stratégique / Media planning,
- achat media,
- production / ajustement des publicités,
- surveillance / optimisation,
- évaluation,
- planification stratégique / prospective,
- accès et mise à disposition / exploitation d'études,
- accompagnement dans la prospection commerciale de nouveaux partenaires.

Le titulaire peut être tenu de livrer une à huit de ces activités chaque fois que Atout France émet un bon de commande.

II.2.5. Award criteria

Quality criterion - Name: Compréhension de la problématique au regard de la multiplicité des missions demandées ainsi que des acteurs (campagne sur un ou plusieurs marchés, campagne menée en simultané avec un partenaire, camp / Weighting: 10/100

Quality criterion - Name: Moyens humains globaux mis à disposition dans la coordination du compte au quotidien: nombre et profil des personnes affectées sur les différentes missions du projet (qualification du personnel mobil / Weighting: 20/100

Quality criterion - Name: Moyens techniques mis en oeuvre et à disposition dans la coordination du compte au quotidien: les campagnes en cours en France et à l'international, le budget dépensé, les outils de suivi au quotidie / Weighting: 10/100

Quality criterion - Name: Créativité et flexibilité dans les propositions de plans media, la technologie des solutions proposées sur le volet web (justificatif du choix du plan de communication, des possibilités de rédiger les / Weighting: 15/100

Quality criterion - Name: Les délais et le type de bilan de campagne proposé et solutions de reporting (intégrant les indicateurs de performance) / Weighting: 15/100

Quality criterion - Name: Evolutivité des solutions proposées sur les différentes missions demandées en fonction de la stratégie et des partenariats éventuels mis en place par Atout France au cours de la réalisation du marché / Weighting: 5/100

Quality criterion - Name: Accompagnement dans la prospection commerciale de nouveaux partenaires / Weighting: 5/100

Cost criterion - Name: Pourcentage de commissionnement par media et coût afférents à la mise en oeuvre des campagne, tels qu'exprimés dans le bordereau des prix et l'acte d'engagement / Weighting: 20/100

II.2.11. Information about options

Options: no

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds:
no

II.2.14. Additional information

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Open procedure

IV.1.3. Information about a framework agreement or a dynamic purchasing system

IV.1.8. Information about the Government Procurement Agreement (GPA)

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: yes

IV.2. Administrative information

IV.2.1. Previous publication concerning this procedure

Notice number in the OJ S: [2017/S 162-334398](#)

IV.2.8. Information about termination of dynamic purchasing system

IV.2.9. Information about termination of call for competition in the form of a prior information notice

Section V: Award of contract

Lot No: 1

Title:

Campagnes 100 % digitales (tous leviers confondus: social media, native ads, achat de mots clés...)

A contract/lot is awarded: yes

V.2. Award of contract

V.2.1. Date of conclusion of the contract

30/10/2017

V.2.2. Information about tenders

Number of tenders received: 4

The contract has been awarded to a group of economic operators: no

V.2.3. Name and address of the contractor

Official name: Havas Media

Town: Puteaux

NUTS code: FR105 Hauts-de-Seine

Country: France

The contractor is an SME: no

V.2.4. Information on value of the contract/lot

Initial estimated total value of the contract/lot: 21 000 000,00 EUR

Total value of the contract/lot: 21 000 000,00 EUR

V.2.5. Information about subcontracting

Section V: Award of contract

Lot No: 2

Title:

Campagne pluri-media avec une approche plurimedia où la presse, la TV, la radio, le digital, le cinéma, l'événementiel ou l'affichage, peuvent être activés simultanément ou de façon concomitante

A contract/lot is awarded: yes

V.2. Award of contract**V.2.1. Date of conclusion of the contract**

30/10/2017

V.2.2. Information about tenders

Number of tenders received: 3

The contract has been awarded to a group of economic operators: no

V.2.3. Name and address of the contractor

Official name: Havas Media

Town: Puteaux

NUTS code: FR105 Hauts-de-Seine

Country: France

The contractor is an SME: no

V.2.4. Information on value of the contract/lot

Initial estimated total value of the contract/lot: 21 000 000,00 EUR

Total value of the contract/lot: 21 000 000,00 EUR

V.2.5. Information about subcontracting**Section VI: Complementary information**

VI.3. Additional information**VI.4. Procedures for review****VI.4.1. Review body**

Official name: Greffe du tribunal de grande instance de Paris

Postal address: 4 boulevard du Palais

Town: Paris

Postal code: 75055

Country: France

VI.5. Date of dispatch of this notice

23/11/2017