

ANNEXE V**Exercice de simulation
Appel d'offres en procédure ouverte EACEA/2008/03**

*Contrat cadre pour l'organisation d'évènements et d'actions promotionnelles
dans le domaine de l'audiovisuel, de l'éducation et de la culture*

Lancé par l'Agence exécutive «Éducation, audiovisuel et culture» (EACEA)

1.	Spécifications générales.....	3
2.	Exercices de simulation	4
2.1	CONTEXTE.....	4
2.2	SERVICES REQUIS	6
2.3	CALENDRIER	16
2.4	BUDGET.....	16
2.5	PROJETS A PRESENTER	17
2.6	ÉVALUATION DE L'EXERCICE	20

Appendice 1 – Plan du stand ombrelle MEDIA aux MIPs (Cannes)

Appendice 2 – Plan du stand ombrelle MEDIA à l'EFM (Berlin)

Appendice 3 – Plan du stand ombrelle MEDIA au Marché du Film (Cannes)

1. SPECIFICATIONS GENERALES

Le soumissionnaire est invité à établir un projet de traitement et deux devis détaillés pour l'exercice de simulation A) ainsi qu'un projet de traitement pour les exercices de simulation B) et C) qui lui sont soumis ci-après.

L'approche proposée pour chaque cas/événement doit faire la démonstration concrète de la qualité, de la créativité et de la rentabilité de l'offre. Les devis seront établis sur base du modèle repris en annexe IV du présent appel d'offres.

Dans ses devis, le soumissionnaire indiquera les prix de tous les services, du matériel et des équipements, et les présentera de façon ventilée et structurée (voir modèle en annexe IV). Les coûts spécifiés dans les devis doivent être parfaitement cohérents avec les postes équivalents repris dans les bordereaux de prix de l'annexe VI.

Pour ces projets, outre l'allocation des ressources humaines (profils) et techniques, les opérateurs doivent également organiser et chiffrer tous les déplacements, les hébergements et les formalités nécessaires aux opérations. Ces coûts doivent être cohérents avec ceux listés aux tableaux de l'annexe VI et VII de l'appel d'offres.

Ces projets de traitement doivent refléter la réalité de la stratégie à mettre en place, et proposer une logistique complète et indépendante.

Si les devis établis incluent des postes gratuits, cette gratuité doit être confirmée pour toute la durée du contrat et être clairement annoncée dans les bordereaux de prix (annexe VI) pour chaque poste considéré.

2. EXERCICES DE SIMULATION

Préparation et organisation du stand ombrelle MEDIA lors des grands marchés audiovisuels du MIPTV et MIPCOM, du Marché du film européen à Berlin (février) et du Marché du film à Cannes (mai).

2.1 CONTEXTE

Ces quatre dernières années, le programme MEDIA a été présent à chacun des marchés MIPTV et MIPCOM, ainsi qu'au Marché du film européen de Berlin (EFM) et au Marché du film de Cannes, grâce à un stand ombrelle. L'Agence exécutive (EACEA), responsable de la gestion opérationnelle du programme MEDIA, a l'intention de continuer à y participer pendant les quatre années à venir avec un nouveau stand ombrelle («le stand»).

L'objectif général du stand ombrelle MEDIA aux différentes manifestations (MIPTV, MIPCOM, EFM de Berlin et Marché du film de Cannes) consiste à:

- faciliter l'accès d'un plus grand nombre de professionnels européens du secteur audiovisuel et de l'industrie cinématographique à ces importants marchés internationaux;
- offrir une plate-forme permettant d'accroître la visibilité du programme MEDIA et de faciliter les contacts entre les représentants du programme et le secteur audiovisuel.

En moyenne, 200 professionnels européens, représentant de 100 à 150 sociétés indépendantes de production et/ou de distribution, participent chaque année à ces marchés sous le stand ombrelle MEDIA.

Les professionnels européens tirant parti du stand ombrelle MEDIA sont essentiellement des représentants de petites et moyennes entreprises indépendantes européennes offrant des programmes audiovisuels à fort contenu européen. Ces professionnels européens n'ont pas nécessairement l'expérience de ces marchés très concurrentiels. C'est pourquoi il est prévu de leur offrir non seulement un lieu entièrement équipé pour leurs réunions (sous la forme d'un stand ombrelle) mais aussi une gamme complète de services, de formations et d'aides leur permettant de tirer pleinement parti du marché, notamment sur le stand lors du MIPTV/MIPCOM. Les professionnels sélectionnés («les participants») bénéficieront notamment d'une réduction des tarifs d'accréditation négociée par l'entreprise contractante auprès de l'organisateur de la manifestation. D'une manière générale, l'entreprise contractante aura un rôle proactif à jouer auprès des participants sous le stand ombrelle. Elle devra prouver qu'elle est capable de fournir des informations à jour, d'assurer une formation et de donner des conseils aux participants (en particulier lors du MIPTV/MIPCOM) et de suggérer à l'Agence exécutive de nouvelles initiatives ou de nouveaux services à mettre en œuvre en vue de suivre les tendances et l'évolution du marché.

2.2 SERVICES REQUIS

L'exercice de simulation a pour objectif de fournir à l'Agence exécutive une solution globale sur une période d'un an pour la mise en place et la gestion d'un stand ombrelle et de ses participants aux 4 marchés suivants: MIPTV, MIPCOM, EFM de Berlin et Marché du film de Cannes.

Si elle est retenue, la solution proposée pourra être mise en œuvre sur les quatre ans du contrat cadre. Le soumissionnaire doit garder à l'esprit que les tâches demandées à la nouvelle entreprise contractante retenue seront similaires à cette simulation.

Par conséquent, le nombre total de marchés MIP auxquels participer pourra être de huit (8), à l'EFM de Berlin et au Marché du film de Cannes 4 fois respectivement.

Le soumissionnaire devra offrir une approche individuelle pour les marchés suivants:

- A) MIPTV/MIPCOM
- B) EFM de Berlin
- C) Marché du film de Cannes

L'exercice de simulation doit contenir des éléments visuels et textuels. Le soumissionnaire fournira en particulier des détails sur les diverses étapes à réaliser, les points/services indiqués et la justification des choix et de la stratégie retenus. Il devra fournir un calendrier précis pour exécuter et achever les opérations décrites dans l'exercice de simulation.

L'entreprise contractante sera responsable des services et approvisionnements suivants:

► MISE EN PLACE DU STAND OMBRELLE MEDIA**• Obtention d'un espace d'exposition**

Au nom de l'Agence exécutive, l'entreprise contractante sera chargée de négocier et d'obtenir – aux conditions les plus avantageuses économiquement – l'espace d'exposition auprès de l'organisateur de la manifestation.

Remarque: pour l'exercice de simulation, le soumissionnaire n'indiquera aucun prix pour l'espace d'exposition. Par contre, il expliquera son approche à ce sujet.

Pour l'exercice de simulation A) concernant le MIPTV/MIPCOM, le soumissionnaire prendra pour hypothèse que le stand sera situé aux 4^e et 5^e étages du Palais des Festivals de Cannes, à l'emplacement actuel (MIPTV et MIPCOM 2007/08, environ 300 m² de superficie loués) du stand ombrelle MEDIA. Un plan précisant la superficie (y compris les restrictions d'espace) est joint en annexe 1.

Le présent exercice de simulation DOIT être fait sur la base d'un stand situé dans le lieu défini plus haut, mais l'Agence exécutive est ouverte à toute suggestion d'autre lieu adapté hors du/dans le Palais des Festivals de Cannes, à condition que l'entreprise contractante puisse apporter la preuve qu'elle peut obtenir un tel espace, dans les meilleures conditions financières possibles, et prouver la valeur ajoutée du nouveau lieu suggéré.

Pour l'exercice de simulation B) concernant l'EFM, le soumissionnaire prendra pour hypothèse que le stand sera situé à l'actuel emplacement du stand ombrelle MEDIA (170 m² dans le hall central du bâtiment Martin-Gropius à Berlin, voir l'appendice 2).

Pour l'exercice de simulation C) concernant le Marché du film de Cannes, le soumissionnaire prendra pour hypothèse que le stand sera situé à l'actuel emplacement du stand ombrelle MEDIA (pavillon de 300m² dans le Village international, avec 100 m² de terrasse sur la plage, voir l'appendice 3).

► CONCEPTION, CONSTRUCTION, ASSEMBLAGE ET EQUIPEMENT DU STAND

L'entreprise contractante fournira à l'Agence exécutive des stands nouvellement conçus, entièrement équipés et offrant les divers services et l'assistance décrits en vertu du présent exercice de simulation.

• Exigences générales

Le soumissionnaire proposera à l'Agence exécutive des solutions innovantes et économiquement avantageuses, ainsi que les dessins/plans et conceptions afférentes pour chacun des 3 marchés (MIPTV/MIPCOM, EFM de Berlin et Marché du film de Cannes).

Les dessins/plans et conceptions de base des stands pour chacun des différents marchés ne seront approuvés qu'une fois au début de la période contractuelle. Il est entendu que la même conception sera utilisée à la fois pour le MIPTV et le MIPCOM pendant une durée potentielle de 4 ans.

La structure et les matériaux à utiliser sont laissés au choix du soumissionnaire. Toutefois, ce dernier devra envisager, **pour des raisons économiques**, la possibilité de réutiliser certains des éléments cités dans l'exercice de simulation concernant le MIPTV/MIPCOM pour les stands de l'EFM Berlin et du Marché du film de Cannes.

En particulier, le soumissionnaire décidera si le stand peut être entièrement, en partie ou pas du tout recyclable/réutilisable pour la ou les futures éditions et il devra motiver son choix.

L'Agence exécutive tient à souligner qu'elle ne pose pas de conditions préalables en ce qui concerne l'esthétique des stands lors des 3 manifestations différentes (MIPTV/MIPCOM, EFM de Berlin et Marché du film de Cannes) et que leur aspect ne doit pas nécessairement être le même pour ces 3 événements.

Le soumissionnaire doit savoir que pour des raisons administratives, l'Agence exécutive ne peut posséder aucun élément ou équipement du stand.

Par ailleurs, elle s'attend à ce que, compte tenu de l'amortissement, les coûts de mise en place et de gestion des stands diminuent au cours du contrat. Le soumissionnaire indiquera dans quels domaines des réductions de coûts sont possibles (en précisant les proportions) et fournira les justifications appropriées.

Les coûts de conception/design et de construction du stand doivent être affectés dans leur intégralité à l'exercice. Néanmoins, le candidat expliquera et indiquera clairement comment et dans quelle mesure ces coûts peuvent être réduits et/ou supprimés les années suivantes.

Les divers éléments énumérés dans le présent document sont nécessaires et doivent être inclus et chiffrés dans l'exercice, mais l'Agence exécutive est ouverte à toute suggestion d'éléments supplémentaires pouvant être considérés comme avantageux et mieux adaptés aux objectifs de l'opération. Dans le cadre du présent exercice de simulation, l'Agence exécutive attend tout particulièrement des suggestions quant à l'affectation de l'espace (stands individuels, accueil/partie commune, salles de réunions privées, stands communs, installations d'entreposage, etc.), l'équipement technique et l'animation/la promotion du stand ombrelle MEDIA et de ses stands individuels (y compris les dispositions de décoration), les conseils et l'orientation des participants, ainsi que les actions de promotion et les activités de réseau à mettre en œuvre pour accroître la visibilité du programme MEDIA, des participants et des œuvres audiovisuelles européennes présentées.

● Exigences particulières

- MIPTV/MIPCOM:

Compte tenu de la nature particulière de ces marchés, le stand offrira plus d'espace pour les espaces de visionnement et/ou réunions privés (au moins 20) et offrira suffisamment d'espace pour accueillir 200 participants aux heures de pointe.

Le stand sera équipé de chaises et de tables, de cabines de visionnement privées et communes avec lecteur DVD/VCR, d'au moins une salle de réunion privée, d'ordinateurs avec un accès à l'internet, et d'autres installations pour l'accueil, la mise en réseau et la formation des participants.

- EFM de Berlin et Marché du film de Cannes:

Les professionnels de ces marchés étant plus mobiles au sein de la manifestation, l'Agence exécutive n'offrira pas de stands privés mais seulement un espace commun et des installations communes. Toutefois, pour le Marché du film de Cannes uniquement, au moins 2 salles de réunions privées de 5/6 personnes chacune (transformables, au besoin, en une salle de réunion

plus grande pouvant accueillir 10 personnes et plus) et 1 bureau (équipé d'un téléphone et d'un ordinateur) devront être prévus.

► **GESTION DU STAND ET DES PARTICIPANTS:**

L'Agence exécutive définira des critères précis de sélection des participants: à savoir, des producteurs ou distributeurs indépendants installés en Europe dont les produits ont un contenu européen. La liste des entreprises représentées par les participants sera représentative du marché européen en termes de diversité des contenus/œuvres et des origines géographiques.

● **Exigences générales**

L'entreprise contractante sera chargée:

- de présélectionner les candidats éligibles: campagne d'information auprès du public cible (en collaboration avec les MEDIA desks et antennes), de présélectionner et d'établir la liste de tous les candidats éligibles qui seront ensuite sélectionnés par l'Agence; les participants à sélectionner viennent de divers pays MEDIA – pays de l'UE et de l'AELE (Norvège, Liechtenstein, Islande et Suisse) et la Croatie – et une attention particulière sera accordée aux professionnels des nouveaux États membres de l'Union européenne et de pays ayant une faible capacité de production audiovisuelle (tous les pays de l'UE à l'exception de la France, de l'Allemagne, de l'Italie, de l'Espagne et du Royaume-Uni);
- de recommander les mécanismes à mettre en place pour faciliter l'accès aux professionnels des pays européens sous-représentés, et d'assurer une plus grande diversité européenne au niveau du contenu et des participants;
- de négocier des accréditations à des taux préférentiels et gratuites;
- d'enregistrer et d'accréditer les participants sélectionnés, y compris l'inscription aux listes des participants (guide professionnel), la facturation et la collecte des sommes à percevoir;
- de gérer le stand et les participants pendant la manifestation: hôtesse à l'accueil, activités de relations publiques (y compris une liaison avec la presse et les revues spécialisées locales et internationales, ainsi qu'une aide à la mise en place d'activités promotionnelles au stand à la demande des participants), gestion du bar, maintenance technique et informatique sur site, etc.;
- d'animer le stand: «happy hours» quotidiens, accueil quotidien des participants au bar privé gratuit (boissons chaudes et non alcoolisées, collations, fruits, sucreries, etc.).

● **Exigences particulières**

- MIPTV/MIPCOM:

Information et assistance avant et pendant la ou les manifestations, pour permettre, notamment aux participants inexpérimentés, de tirer pleinement parti des possibilités offertes durant les marchés. Il pourra par exemple s'agir d'une approche proactive pour faciliter les rencontres entre les professionnels et de tous services répondant aux besoins et au profil des participants.

► **ACTIVITES PROMOTIONNELLES ET PUBLICITAIRES:**

L'entreprise contractante sera responsable de la promotion du stand et de ses participants. Les activités et outils de promotion peuvent comprendre ce qui suit, sans nécessairement s'y limiter:

- **Exigences générales**

- conception, production et distribution d'outils promotionnels (brochure, dépliant et/ou tout autre document imprimé) présentant et mettant en avant le stand, ses participants et le programme MEDIA;
- l'entreprise contractante conseillera l'Agence exécutive quant au nombre d'exemplaires à produire et à la meilleure stratégie à adopter pour les distribuer en fonction des conditions du marché;
- conception et animation d'un site internet présentant spécialement le stand et ses participants. Ce site sera accessible à tous sans restriction;
- conception et fourniture de pages publicitaires dans les revues spécialisées/internationales.

- **Exigences spécifiques**

- MIPTV/MIPCOM:

Dîner de bienvenue/networking favorisant les contacts pour 100 invités dans un établissement de Cannes.

- Marché du film de Cannes:

Cocktail sur la terrasse du stand pour 100 invités.

Note: Le soumissionnaire est invité à suggérer d'autres activités et outils promotionnels/publicitaires si le budget le permet.

2.3 CALENDRIER

Le soumissionnaire partira du principe que chaque contrat spécifique sera signé environ 4 à 6 mois avant chaque événement/marché. Le soumissionnaire devra s'assurer que les travaux indiqués dans le projet de traitement peuvent être réalisés en 4-6 mois maximum, quelle que soit la période de l'année et la date de début de préparation des travaux.

2.4 BUDGET

Le budget total provisoire pour l'exercice de simulation pour l'année 1 (stands ombrelles MEDIA au MIPTV, au MIPCOM, à l'EFM de Berlin et au Marché du film de Cannes) est estimé à 1 200 000 € - 1 500 000 € hors TVA.

À titre indicatif, le budget alloué pour l'exercice de simulation (location de la surface et de l'espace publicitaire auprès de l'organisateur de la manifestation non comprise) peut être le suivant:

- MIPTV et MIPCOM, année 1: 800 000€ - 950 000€ au total, en tenant compte du fait que la première manifestation (MIPTV) inclura des frais qui pourront diminuer (amortissement) pour la seconde manifestation (MIPCOM).

- EFM de Berlin et Marché du film de Cannes, année 1: 200 000€ - 280 000€ chacun. Ces montants sont fournis uniquement à titre indicatif afin de donner au soumissionnaire une idée du volume d'activité envisagé et du budget y afférent. Le soumissionnaire ne doit pas fournir un devis pour ces 2 événements; il est néanmoins recommandé au soumissionnaire de prendre cette indication en considération lorsqu'il établira son projet de traitement pour chacune de ces 2 manifestations.

Le budget devra couvrir tous les coûts des services, de la logistique, de l'équipement et du mobilier, les frais de transport et de séjour, ainsi que les frais généraux, les honoraires et les salaires (y compris les éventuelles cotisations sociales applicables). La location de l'espace d'exposition et de l'espace publicitaire auprès de l'organisateur de la manifestation ne sera pas incluse dans le budget, mais dans son offre, le candidat pourra proposer des options, solutions et prix pertinents à cette fin.

2.5 PROJETS A PRESENTER

Le soumissionnaire devra présenter ses projets comme suit:

A) Simulation MIP TV/MIP COM

- **Projet de traitement**

Le soumissionnaire soumettra un projet complet détaillant les travaux et les formalités à entreprendre pour ces deux marchés/événements, ainsi que les solutions techniques proposées et la logistique y afférente. Le projet de traitement devra proposer des solutions innovantes, lister et expliquer les variantes possibles et justifier le choix final parmi les variantes proposées. Les tarifs de ces variantes devront être indiqués à l'annexe VI.

Une feuille de route détaillera toutes les étapes du projet, de la préparation à la réalisation et au suivi. Les ressources humaines et techniques nécessaires seront clairement identifiées pour chacune de ces étapes, en indiquant leur origine (moyens propres, sous-traitance, location, ...).

- **Devis/ Offre financière**

Le soumissionnaire établira

- un devis détaillé pour le MIPTV (année 1)
- un devis détaillé pour le MIPCOM (année 1)

Les devis exhaustifs seront établis sur la base indiquée à l'annexe IV de l'appel d'offres.

Le soumissionnaire devra choisir dans les devis proposés la variante indiquée dans les bordereaux de prix qu'il jugera la mieux adaptée aux besoins, objectifs et à la nature du projet et devra la justifier.

Le soumissionnaire tiendra compte dans son devis pour le deuxième événement (MIPCOM) de l'année 1 des éventuels amortissements sur les services et matériaux utilisés pour le premier événement au cours de l'année 1 et les explicitera. Il devra également faire une projection sur les amortissements au cours des 3 années suivantes potentielles.

B) Simulation EFM Berlin

Le soumissionnaire soumettra un projet de traitement spécifique et proposera une approche globale ainsi que des solutions techniques et logistiques appropriées. Une feuille de route mettra en évidence les spécificités du projet et les activités, ressources, démarches particulières à adopter. Elle décrira les grandes étapes du projet, de la préparation à la réalisation et au suivi.

C) Simulation Marché du film de Cannes

Le soumissionnaire soumettra un projet de traitement spécifique et proposera une approche globale ainsi que des solutions techniques et logistiques appropriées. Une feuille de route mettra en évidence les spécificités du projet et les activités, ressources, démarches particulières à adopter. Elle décrira les grandes étapes du projet, de la préparation à la réalisation et au suivi.

2.6 ÉVALUATION DE L'EXERCICE

Les simulations seront évaluées conformément au point 4.3 du cahier des charges de l'appel d'offres.

Seuls les devis proposés pour l'exercice de simulation A) seront pris en compte lors de l'évaluation financière de l'offre (point 4.3.2 de l'appel d'offres).

Les projets de traitement proposés pour les exercices de simulation A), B) et C) seront pris en compte pour l'évaluation technique de l'offre (point 4.3.1 de l'appel d'offres).