



REGLEMENT DE CONSULTATION

DIALOGUE COMPETITIF

MARCHE DE PRESTATIONS DE MEDIATISATION AUDIOVISUELLE DU SPORT FRANCAIS

Date et heure limites de réception des offres :

6 février 2019 à 9 h 00 (heure de Paris)

CNOSF
1 avenue Pierre de Coubertin
75640 PARIS Cedex 13

1. Pouvoir adjudicateur

Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF)
1 avenue Pierre de Coubertin
75 013 PARIS
Téléphone : 01 40 78 28 00
Courriel : marches@cnosf.org

2. Objet du marché et choix de la procédure

➤ 2.1 Objet

Le présent dialogue compétitif a pour objet l'accompagnement du CNOSF pour la médiatisation du sport français notamment pour la diffusion linéaire et/ou numérique, voire la production :

- d'évènements sportifs en direct, en différé ou en post-production, dont les multisports sous l'égide du Comité International Olympique ;
- de magazines permettant de mettre en avant la diversité des pratiques sportives ainsi que des sujets sociétaux ;
- d'émissions de débats mettant en avant les acteurs du sport français et son univers ;
- d'émissions généralistes liées au sport.

La diffusion doit être effectuée dans le cadre d'une chaîne (ou d'un ensemble de chaînes) linéaire et/ou numérique à dominante sportive.

En aucun cas, il n'y a une exclusivité concédée au prestataire retenu pour l'ensemble des prestations objets des présentes (notamment, pour la production et diffusion, stockage,).

Le CNOSF se réserve la possibilité de diffuser plus largement et gratuitement les programmes produits à tout opérateur de diffusion linéaire et/ou numérique, public ou privé, en France ou à l'étranger.

Les prestations attendues sont définies dans le cahier des charges figurant en annexe du présent document.

➤ 2.2 Forme de la procédure

La présente consultation est une procédure de dialogue compétitif, telle que prévue par les dispositions des articles 25, 75 et 76 du décret n° 2016-360 du 25 mars 2016, mise en œuvre en vue de la passation d'un marché de prestations de médiatisation du sport français.

Le CNOSF conduit un dialogue avec les candidats admis à y participer. Le marché ne comprend ni tranche conditionnelle, ni variante.

➤ 2.3 Justification du choix de la procédure

L'opération objet de la présente procédure concerne la médiatisation audiovisuelle du sport français, tant en France qu'éventuellement à l'étranger, avec diffusion sur support linéaire et/ou numérique. Le prestataire retenu devra relayer la diversité de l'offre sportive au travers de l'accessibilité de la/des chaînes (nombre de sports traités, format de traitement, population couverte, spectateurs touchés, catégories de spectateurs), de la diversité des programmes dans une harmonie, et des moyens financiers et promotionnels mis en œuvre pour parvenir à l'objectif du CNOSF, à savoir l'amélioration de l'exposition médiatique de l'ensemble des sports notamment pour :

- Promouvoir l'image du sport et des sportifs français.
- Faire découvrir des disciplines peu médiatisées.

- Accompagner les fédérations dans leur développement notamment dans la constitution d'une base de contenus numérisés à disposition du Mouvement sportif et de ses éventuels partenaires.

Pour répondre à ces objectifs de médiatisation, il est nécessaire de disposer de solutions éditoriales.

En outre, pour les productions audiovisuelles à diffuser, le CNOSF n'est pas titulaire de l'ensemble des droits audiovisuels sur les événements organisés par ou avec les fédérations sportives françaises. A cet effet, la complexité du montage juridique afférent aux droits de diffusion, ainsi que les modalités financières y afférentes, nécessitent un dialogue préalable entre le CNOSF et les diffuseurs, voire producteurs, afin de trouver une solution efficace.

C'est pour ces raisons que le CNOSF a souhaité recourir à un dialogue compétitif afin, d'une part, de faire émerger des offres de qualité répondant à ses objectifs et, d'autre part, de développer des offres innovantes notamment au service de ses membres.

3. Conditions de participation

La participation au présent dialogue compétitif emporte acceptation du présent règlement de consultation par chaque candidat.

Le candidat peut recourir à la sous-traitance afin de réunir toutes les compétences nécessaires pour répondre aux besoins du marché.

Il est possible d'être candidat sous forme d'un groupement d'entreprises solidaire ou conjoint, sous réserve du respect des règles relatives à la concurrence.

La forme de la candidature (entreprise seule ou groupement d'entreprises) doit demeurer identique durant l'ensemble de la procédure. Par conséquent, elle ne pourra pas être modifiée, par substitution, suppression ou ajout de membre(s), jusqu'à la notification du marché.

➤ 3.1 Dossier d'offre

L'offre qui est proposée par chaque candidat doit être ferme, le candidat s'engageant ainsi sans aucune réserve et sans possibilité en cours d'exécution du marché de remise en cause par le candidat des engagements pris au titre de son offre.

Le dossier d'offre devra inclure :

- L'engagement formel d'une date à laquelle le prestataire retenu pourra disposer de la convention visée à l'article 1 du décret n° 2010-416 du 27 avril 2010 pour les diffusions le justifiant.
- Un mémoire technique comprenant :
 - Un projet éditorial :
 - Projet de grilles de diffusion hebdomadaires et mensuelles.
 - Volumes envisagés en première diffusion et en rediffusion.
 - Volumes envisagés de production réalisée directement ou indirectement par le prestataire choisi (notamment possibilité d'intégrer des productions réalisées par des tiers dont le prix pourrait être payé par le prestataire retenu ou par le tiers).
 - Volumes envisagés d'achat de droits, ou d'heures de réciprocité éditoriale. A cet effet, le candidat est invité à identifier ses besoins de contenus attendus complémentaires permettant de couvrir les grilles de diffusion.

- Présentation des moyens de diffusion :
 - Mode de consommation : gratuit (catch up)/ payant (PPV ou SVOD).
 - Technologies: broadcast (IPTV)/unicast (IPTV, setup box, OTT...).
 - Modalités de services sur les différents supports dont les terminaux mobiles.
 - Engagement et capacité à traiter l'ensemble des fédérations françaises sportives membres du CNOSF avec une évaluation des modalités de traitement (nombre de fédérations couvertes, nombre de sports traités, format de traitement du type magazine, direct, plateau, durée).
 - Modalités d'une régie publicitaire éventuelle (typologie d'espaces, conditions générales de vente...).
- La présentation du comité éditorial proposé en terme organisationnel (composition, fréquence de réunions, modalités d'animation...) avec mention de la place accordée au CNOSF dans le processus de décision.
 - Une estimation précise du taux de pénétration de la/des chaîne(s) auprès du plus grand nombre pour tout type de consommation (population couverte, spectateurs touchés, catégories de spectateurs... à la fois en linéaire et en numérique).
 - La description des ressources techniques que le candidat prévoit de mettre à disposition.
 - Les perspectives de développement. Il est notamment demandé au candidat d'indiquer les modalités éventuelles d'intéressement du CNOSF en cas de valorisation financière résultant du projet conduit avec le CNOSF, notamment en cas de cession totale ou partielle de chaîne(s) qui ont bénéficié des financements directs ou indirects du CNOSF.
 - Un budget de fonctionnement de la/des chaîne(s) fonction du scénario proposé par le candidat, et les modalités associées de financement. Le budget devra préciser la part dédiée à la production de contenu, celle dédiée à la diffusion (avec ventilation entre support linéaire et support numérique) et, le cas échéant, celles dédiées à la coordination / management du projet ou à sa valorisation (promotion...). Ces éléments devront permettre de justifier le financement proposé (dont l'éventuel rôle d'une régie publicitaire) dont le financement alloué par le CNOSF.
Le candidat devra mentionner, au regard du budget proposé pour la production, une estimation du volume de programmes qu'il peut produire (programme frais), et préciser, la répartition par type de support, par volume d'heures, par nombre de programmes et plus généralement toute information pertinente permettant d'évaluer précisément la part du budget destinée à une nouvelle production, ainsi qu'une prévision de la répartition des programmes par disciplines.
 - Les modalités de mise en avant (promotion) et mise à disposition (outil technique et droits "clearés") du contenu produit ou coproduit afin de permettre à d'autres médias de rediffuser gracieusement ledit contenu.

En cas de recours à un groupement, le candidat devra indiquer la nature des prestations que chaque membre du groupement prévoit de traiter et fournir les documents relatifs à ces actions.

➤ 3.2 Modalités de remise du dossier d'offre

La date limite de réception du dossier d'offre est fixée au 6 février 2019 à 9 heures 00 (heure française).

Les candidats devront déposer le dossier d'offre sur la plateforme de dématérialisation des marchés publics du Comité National Olympique et Sportif Français à l'adresse suivante :

<http://cnosf.e-marchespublics.com>

Dans le cas d'un groupement d'entreprises, le dépôt de l'offre doit être effectué par le mandataire.

Tout document dans lequel un virus serait détecté par le système antivirus du CNOSF sera "réputé ne pas avoir été reçu". Le candidat en sera informé.

Toute offre déposée après la date et l'heure limites de réception ne sera pas considérée.

4. Procédure du dialogue compétitif

➤ 4.1 Modalités du dialogue compétitif

La procédure se déroulera, en langue française, sur la base des besoins et exigences du CNOSF tels que définis à l'article 2 ci-dessus et en annexe.

Au cours du dialogue, les candidats identifient et définissent, avec le CNOSF les moyens propres à satisfaire au mieux les besoins et exigences du CNOSF en fonction des performances et impératifs fixés dans le cahier des charges (cf. annexe).

Ce dialogue se déroulera sous forme de réunion(s) et/ou d'échanges écrits entre le CNOSF et chaque candidat.

Le dialogue pourra se décomposer en phases successives.

Au cours des phases du dialogue, d'autres aspects, d'autres points particuliers du projet pourront être examinés autant que de besoin.

➤ 4.2 Calendrier du dialogue

Le calendrier prévisionnel indicatif du dialogue est fixé comme suit :

- Envoi aux candidats retenus du règlement de consultation modifié suite aux auditions du 23 janvier 2019 : 28 janvier 2018.
- Date de remise du dossier d'offre : 6 février 2019.
- Période de notification envisagée pour l'attribution de marché : début mars 2019.

Ce calendrier n'est donné qu'à titre indicatif. Par conséquent, les dates indiquées à titre prévisionnel sont susceptibles de changer. Des réunions de dialogue supplémentaires pourront cependant être organisées si besoin est, dans l'optique de mieux comprendre et appréhender les solutions proposées par les candidats.

➤ 4.3. Critères d'attribution

Le CNOSF attribuera le marché au candidat ayant présenté l'offre finale économiquement la plus avantageuse au regard des critères suivants :

- Critère n° 1 : Qualité de la proposition pour la réalisation de la prestation (performance d'exposition de la diversité des sports traités, des types de pratiques, typologies de pratiquants, notoriété, image, taux de pénétration, mise en place d'un outil de valorisation du contenu produit pour mise à disposition à titre gracieux à des tiers éditeurs en France ou à l'étranger, ...). Ce critère comptera pour 60 % de la note d'évaluation.
- Critère n° 2 : Implication financière (valeur financière et valeur industrielle, ventilation des engagements financiers (production, diffusion, coordination, ...). Ce critère comptera pour 40 % de la note d'évaluation.

5. Obtention d'informations complémentaires

Les candidats pourront obtenir des informations complémentaires en faisant parvenir leur(s) demande(s) par courrier électronique (marches@cnosf.org) ou sur la plateforme de marchés publics, au plus tard 2 jours avant la date limite de remise du dossier d'offre.

Les réponses aux questions posées par les candidats seront mises en ligne sur le serveur du CNOSF et sur la plateforme de marchés publics.

Ces réponses seront accessibles à toutes les entités qui envisageraient de répondre à la présente consultation et ce afin de garantir le même niveau d'information de tous les candidats potentiels.

6. Durée de validité des offres

Le délai de validité des offres est de 50 jours à compter de la date limite de réception des offres.

7. Durée du marché

Le marché prendra effet à sa notification. Le terme du présent marché est le 31 décembre 2020.

Lors des auditions, l'attention du CNOSF a été attirée sur le fait que les investissements tant règlementaires que techniques ou encore éditoriaux nécessitent du temps pour être à leur plein potentiel et être rentables. Ceci a conduit le CNOSF à ne pas exclure la possibilité d'une durée plus longue du marché. Dans ce contexte, le CNOSF pourra au 31 décembre 2020, à sa seule discrétion, procéder au renouvellement pour une année supplémentaire du marché issu du présent dialogue compétitif aux mêmes charges et conditions. Il pourra si besoin procéder de la même manière au 31 décembre 2021.

8. Cession des droits sur le contenu produit ou coproduit par le prestataire retenu & archivage

Les droits d'utilisation sur les programmes et contenus produits ou coproduits puis diffusés par le prestataire retenu, dans le cadre du présent marché, devront être rétrocédés au CNOSF en exclusivité.

En conséquence, le prestataire retenu cèdera, au fur et à mesure de la réalisation des programmes produits et/ou coproduits, au CNOSF, qui l'acceptera, à titre exclusif, pour la durée légale de la propriété littéraire et artistique, sur tout support connu ou inconnu à ce jour, en tout territoire et quel que soit le nombre de diffusion(s) et pour tout type d'exploitation (notamment commerciale, promotionnelle ou non commerciale), le droit de diffuser ou faire diffuser le programme que le prestataire retenu détiendrait du fait de sa production ou de sa coproduction.

Le prestataire retenu déclare ne pas être titulaire du droit à l'image des biens et/ou des personnes filmées et/ou photographiées et n'apporte aucune garantie de ce chef au CNOSF et à tout tiers auxquels il appartient, préalablement à toute reproduction et représentation des programmes, d'obtenir le consentement exprès desdites personnes ou des ayants droits sur les biens. A défaut, le CNOSF et les tiers s'interdisent de poursuivre la garantie du prestataire retenu à l'occasion de tout litige des chefs d'atteinte au droit à l'image d'un tiers et/ou au droit à l'image des biens représentés.

De même, le prestataire retenu déclare ne pas être titulaire du droit des marques, logos ou autres signes distinctifs apparaissant sur les programmes audiovisuels et n'apporte aucune garantie de ce chef au

CNOSF ni au tiers, à qui il appartient préalablement à toute reproduction et représentation desdits contenus, d'obtenir le consentement exprès des titulaires. A défaut, le CNOSF et les tiers s'interdisent de poursuivre la garantie du prestataire retenu à l'occasion de tout litige des chefs de contrefaçon.

Dans l'hypothèse de mise en place d'une gestion des droits personnalisée au regard de chaque contenu produit ou coproduit, le prestataire retenu s'engagera à mettre en place un outil qui permettra la mise à disposition du contenu produit ou coproduit à destination d'éditeur de chaîne(s) télévisuelle(s) ou numérique(s) permettant une gestion des droits de diffusion efficace notamment par géoblocage, détenteur de droits, ... A cet effet, le prestataire retenu devra légender le contenu produit ou coproduit pour que des recherches soient possibles.

Au terme du marché, le prestataire retenu devra transmettre sans frais dans un délai maximal de 90 jours l'ensemble des contenus produits ou coproduits sur un support défini par le CNOSF pour que ce dernier puisse l'archiver.

9. Innocuité des tolérances

La circonstance que l'une des parties ait toléré, serait-ce *ab initio* et de façon répétée, l'inexécution par l'autre partie d'une ou de plusieurs de ses obligations ne fera pas obstacle — en dehors de l'hypothèse où la prescription serait acquise et dans cette mesure seulement — à ce qu'elle demande à son débiteur l'intégralité de ce qui lui est dû.

Dans l'hypothèse où l'une des parties ratifierait un acte accompli par l'autre en méconnaissance de l'une des stipulations des présentes et de ses suites, cette ratification ne produirait aucun effet au-delà de ses termes.

10. Assurance - Responsabilité

Le prestataire retenu certifie qu'il est garanti contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile qu'il peut encourir du fait de ses activités ou du fait des activités de ses préposés à raison des dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs ou non causés au tiers.

Le prestataire retenu doit pouvoir apporter la preuve qu'il est régulièrement assuré notamment en transmettant une attestation d'assurance au CNOSF précisant le montant de ses garanties.

Le prestataire retenu assume la direction et la responsabilité de l'exécution des prestations, dont l'édition d'une chaîne télévisuelle ou numérique.

Le prestataire retenu devra employer, encadrer et rémunérer son personnel voire les pigistes qu'il entend faire travailler, sous sa responsabilité exclusive au regard des obligations fiscales, sociales et du droit du travail, et notamment celles relatives à la durée du travail.

Il est responsable de ses employés et des sous-traitants autorisés en toutes circonstances et pour quelques causes que ce soit.

11. Confidentialité

Le prestataire retenu s'engage à tenir strictement confidentielles, et en toutes circonstances les informations, dont il aurait connaissance dans le cadre de l'exécution de la mission qui lui sera confiée.

Dans l'hypothèse où le prestataire retenu serait, par ailleurs, contractuellement lié à des tiers susceptibles d'être également en relation avec le CNOSF, alors celle-ci s'engage à en informer le CNOSF.

Il s'engage en toute hypothèse à exécuter les missions qui lui sont confiées, dans le cadre des présentes, de bonne foi et en toute neutralité, de telle sorte que les intérêts du CNOSF et de ses membres ne puissent être remis en cause à l'occasion de la mission à exécuter.

Le prestataire retenu prend toutes les mesures propres à assurer la protection et la confidentialité des informations qu'il détient ou qu'il traite dans le respect des dispositions de la loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles. Ces informations peuvent donner lieu à l'exercice du droit individuel d'accès et de rectification auprès du prestataire retenu.

Le non-respect de ces dispositions est considéré comme une faute de nature à conduire le CNOSF à résilier le marché pour manquement, aux torts du prestataire retenu, sans préjudice des réparations éventuelles demandées par le CNOSF au titre de l'article 1240 et suivants du Code civil.

12. Indépendance des parties

Il est expressément convenu que ce marché ne pourra être interprété comme créant un lien de subordination de l'une ou l'autre des parties envers son cocontractant.

En conséquence, ni le prestataire retenu, ni aucun de ses préposés, mandataires, représentants, courtiers ou vendeurs ne pourront prendre d'engagement exprès ou implicite quel qu'il soit pour le compte du CNOSF.

Le CNOSF aura toute liberté de conduire et/ou de participer aux événements sportifs comme il l'entendra. De même, le prestataire retenu aura toute liberté de conduire sa politique institutionnelle/commerciale/promotionnelle comme il l'entendra.

13. Conditions de résiliation

13.1 Résiliation pour manquement

Dans l'hypothèse où le prestataire retenu ne respecterait pas les engagements auxquels il s'astreint en vertu des présentes, le CNOSF serait fondé à se désengager de sa propre prestation après mise en demeure, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, restée sans effet après un délai de (15) quinze jours.

La résiliation du marché entre les parties interviendra de plein droit par une nouvelle lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée à la partie défaillante. Elle a pour effet de mettre un terme immédiat et de plein droit à la présente convention, sans préjudice de la faculté pour la partie victime du manquement de demander tous dommages et intérêts, qu'elle estimerait justifiés, en compensation du préjudice subi.

13.2 Résiliation pour force majeure

Nonobstant ce qui précède, aucune partie ne sera responsable de la non-exécution totale ou partielle de ses obligations au titre de leur convention, si cette non-exécution est provoquée par un événement

constitutif de force majeure. Seront considérés comme cas de force majeure les événements remplissant les critères fixés par la loi française et la jurisprudence de la Cour de cassation. La partie invoquant un événement constitutif de force majeure devra en aviser l'autre partie dans les cinq (5) jours suivant la survenance ou la menace de cet événement. Les parties conviennent qu'elles devront se concerter dans les meilleurs délais afin de déterminer ensemble les modalités d'exécution de leur convention pendant la durée du cas de force majeure. Au-delà d'un délai de un mois d'interruption pour cause de force majeure, la convention entre les parties sera résiliée automatiquement, de plein droit.

14. Compétences législative et juridictionnelle

La présente consultation et ses suites sont soumises à la loi française.

En cas de difficultés pour l'exécution de la présente consultation et/ou de ses suites et préalablement à la mise en œuvre de toute résiliation, les Parties décident de se soumettre préalablement à une procédure amiable.

A ce titre, toute Partie qui souhaiterait mettre en jeu ladite procédure, et ce, préalablement à la saisine du Tribunal compétent, devra notifier par lettre recommandée avec accusé de réception, en laissant un délai de 8 jours à l'autre Partie, une telle volonté.

Les parties désigneront un médiateur, d'un commun accord, dans ledit délai de 8 jours. A défaut, compétence expresse est attribuée à Monsieur le Président du Tribunal de Grande instance de Paris pour effectuer une telle désignation.

Le médiateur devra tenter de concilier les parties dans un délai de 2 mois à compter de sa saisine. Il proposera un rapport, afin de concilier les vues de chacune des Parties.

En cas de conciliation, les parties s'engagent à signer un accord transactionnel et confidentiel.

L'accord transactionnel précisera, de manière expresse, si les présentes continueront à s'appliquer.

A défaut de résolution amiable telle que susvisée, les parties conviennent expressément de ce que tout litige résultant de la conclusion, de l'interprétation, de l'exécution du présent marché sera soumis à la compétence exclusive des Tribunaux compétents dans le ressort de la Cour d'appel de Paris.

Annexe – Cahier des charges

Le Comité national Olympique et sportif français (CNOSF) est une association française reconnue d'utilité publique qui représente le mouvement Olympique sur le territoire français et regroupe en son sein 94 fédérations sportives françaises (Olympique, uni sport, multisports ou affinitaires et scolaires et universitaires) et 12 membres associés.

Ses statuts lui confèrent, en outre, compétence pour mener, au nom des fédérations, ou en collaboration avec elles, toute action dans l'intérêt général du mouvement sportif.

Il convient de prendre en compte que certaines fédérations détiennent un savoir-faire dans la production audiovisuelle et ont des contrats en cours dans le cadre de la production de certains de leurs événements sportifs.

Contexte

A l'occasion de l'appel à candidatures portant sur l'édition de services de télévisions à vocation nationale diffusés par voie hertzienne terrestre en haute définition lancé par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (C.S.A) le 18 octobre 2011, le CNOSF a souhaité rencontrer les opérateurs médias désireux d'obtenir l'un de ces canaux, en vue de nouer un partenariat ayant pour finalité « la constitution d'une chaîne sportive différente, d'accès gratuit, 100% sport, pour tous les sports et dont l'économie ne soit que peu affectée par l'achat de droits sportifs ».

A l'issue de cette consultation, le Groupe L'Equipe a été désigné partenaire du CNOSF, pour la période courant du 12 décembre 2012 au 31 décembre 2016.

Entre 2012 et 2016, les productions et diffusions ont été les suivantes :

- 700 heures d'antenne
- 100 événements, dont 3 événements multisports internationaux
- 220 retransmissions distinctes
- 54 sports retransmis

En moyenne, 25 événements par an ont été produits et/ou diffusés lors du partenariat précédent. Il conviendra d'augmenter ce volume dans le prochain marché qui résultera du présent dialogue compétitif.

Par ailleurs, un magazine hebdomadaire d'une durée de 26 minutes, avec 4 entrées thématiques, et multi diffusé a permis à toutes les fédérations membres du CNOSF d'être visibles à l'antenne.

Au total, nous avons produit 30 magazines inédits et 10 best of par saison et donc 160 sujets par an. Il conviendra de proposer un traitement au moins équivalent en traitement magazine.

Pour l'ensemble de ces productions et/ou coproductions, des bandes annonces étaient également produites de manière systématique.

Pour la période 2017-2018, le CNOSF a été accompagné par le Groupe France Télévisions pour la production et la diffusion de programmes.

Objectifs

Pour la période 2019-2020, le CNOSF souhaite identifier un prestataire qui pourra diffuser voire produire des contenus sportifs notamment pour répondre aux objectifs suivants :

- maintenir, voire augmenter, un niveau élevé d'exposition du sport français, et ce sur tous les médias,

- augmenter la diversité des programmes en lien avec l'univers sportif, et ce sur tous les médias, afin notamment de créer un héritage numérique du sport français.

Le CNOSF s'attache à promouvoir la diversité du sport, du sport français, tant en France qu'à l'international, à favoriser les relations entre les médias et les fédérations afin de couvrir l'actualité sportive, à diffuser des sujets d'actualité et à conserver sa mémoire audiovisuelle. Ainsi, le CNOSF souhaite apprécier les offres qui lui seront remises à travers l'accessibilité de la chaîne, la diversité des programmes et les moyens financiers et promotionnels qui peuvent être mis en œuvre par l'éditeur et la possibilité de diffusion des images gracieusement par les autres médias.

Le CNOSF cherche :

- D'une part, à donner de la visibilité à toutes les fédérations françaises sportives en leur permettant la diffusion de leur sport, pour certains jusqu'à présent confidentiels.
Le candidat devra proposer le/les types de diffusion envisagés (linéaire et / ou numérique).
Le candidat devra proposer une grille de programmes prévisionnels garantissant la médiatisation d'un maximum de fédérations membres du CNOSF, sur la période de l'accord (2019-2020)
- D'autre part, à donner aux candidats l'opportunité :
 - o D'asseoir leur position de diffuseurs et de détenteurs de droits sportifs, Olympiques ou autres en offrant aux téléspectateurs d'avoir une offre plus riche et diversifiée.
 - o D'émerger en offrant au paysage audiovisuel, l'opportunité de montrer leurs engagements auprès du monde sportif.

Au-delà de la diffusion de contenus sportifs ou de l'éventuelle édition de la chaîne linéaire ou numérique, le prestataire retenu devra pouvoir assurer les prestations suivantes :

- pré-production (autorisations de tournage, repérages, accréditations, acquisition de tous les droits nécessaires, etc.) ;
- couverture des événements (en direct ou en différé) impliquant le CNOSF et/ou des fédérations;
- production de sujets d'actualité, d'images d'archives (vidéos thématiques), de bandes annonces et de vidéoclips entièrement produits ;
- post-production (montage avec légendes et graphismes, enregistrement de déclarations et de voix off et production de listes de plans et de rapports de tournages) ;
- organisation et exécution de la transmission des images par tous moyens appropriés (satellite, transferts de fichiers via FTP, etc.), en direct ou en différé ;
- production de l'habillage et création graphiques nécessaires à l'identification des programmes (charte de réalisation dont habillage) et éléments nécessaires à la promotion ;
- organisation d'une plateforme de mise à disposition du contenu produit ou coproduit pour diffusion à des tiers et gérant les exclusivités temporelles, sectorielles, territoriales ;
- co-animation et présence à un comité de pilotage du projet permettant par l'expertise du prestataire retenu un conseil au CNOSF sur la stratégie éditoriale à adopter pour atteindre les objectifs fixés.

Les types de programmes attendus par le CNOSF sont :

- Des événements sportifs en direct, en différé ou en reformatage/post production organisés notamment par les fédérations sportives détentrices des droits et membres du CNOSF. Parmi ces événements, sont inclus certains événements sportifs multisports organisés sous l'égide du Comité International Olympique hors Jeux Olympiques d'été et/ou d'hiver (attribués directement par le Comité international Olympique).
- Des magazines/ programmes de flux qui permettent le traitement de la diversité sportive et de sujets sociétaux.
- Des émissions de débats mettant en avant les acteurs du sport français et de son univers.

Compte tenu des contraintes et des imprévus de l'actualité, le prestataire retenu devra être en mesure de répondre à une commande de prestation dans des délais parfois très courts. Le candidat précisera le délai lui semblant raisonnable.

Le prestataire retenu sera seul responsable de l'identification et de la gestion des ressources humaines et techniques nécessaires à l'accomplissement d'une prestation.

Le prestataire retenu, ainsi que les équipes en cours de tournage, doivent pouvoir être joints à tout moment. Un numéro de téléphone sera communiqué au CNOSF pour chaque opération.

Le CNOSF souhaite être le décisionnaire final de l'ensemble des décisions relatives à l'exécution du marché, comprenant notamment, la stratégie, la production et la diffusion ainsi que de la valorisation, après propositions du prestataire retenu.

Le prestataire retenu reconnaît qu'il ne pourra pas communiquer autour des propriétés Olympiques et qu'il ne devra pas être en opposition avec la stratégie du Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris en 2024.

Le prestataire retenu reconnaît qu'une éventuelle régie publicitaire devrait tenir compte des impératifs précités.

Le prestataire retenu reconnaît qu'il ne pourra en aucun cas se prévaloir d'un partenariat avec le CNOSF. Toute communication liée au présent marché devra au préalable faire l'objet d'une validation expresse et écrite par le CNOSF.

Le CNOSF a prévu d'engager un montant de 800 000 euros hors taxes par an au titre du présent marché. Ce montant vise prioritairement à couvrir des prestations de production de contenus. Ce montant pourra, le cas échéant, être abondé en fonction des possibilités budgétaires du CNOSF.

Par ailleurs, le CNOSF fera ses meilleurs efforts afin de mobiliser ses fédérations membres pour qu'elles participent à la production d'images, soit financièrement, soit par l'intermédiaire de la fourniture de contenus. Il en fera de même auprès d'organismes privés d'événements sportifs dont il est proche et qui lui paraîtraient à même de contribuer à l'objectif recherché.