



Appel à propositions

Mise en œuvre de l'opération « Carte musique jeunes »

| | | |
|----|--|-----------|
| 1. | CONTEXTE..... | 2 |
| 2. | PRESENTATION DU PROJET | 3 |
| | 2.1 Objectifs et enjeux..... | 3 |
| | 2.2 Cible retenue..... | 4 |
| | 2.3 Prix de la carte..... | 4 |
| | 2.4 Les services de musique en ligne concernés..... | 4 |
| | 2.5 Modalités envisagées d'utilisation de la carte..... | 4 |
| 3. | LES BESOINS TECHNIQUES | 6 |
| | 3.1. Création d'un système informatique (<i>web service</i>) relié au site Internet dédié à l'opération « carte musique jeunes »..... | 6 |
| | 3.2. Formulaire d'inscription et de souscription..... | 7 |
| | 3.3. Base de données | 7 |
| | 3.4. Envoi d'un code promotionnel..... | 8 |
| | 3.5. Versement du complément de prix de la carte aux plates-formes partenaires | 9 |
| | 3.6. Informations à restituer aux éditeurs et à la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) | 9 |
| | 3.7. Sûreté et sécurité des systèmes d'information..... | 10 |
| | 3.8. Budget..... | 10 |
| 4. | CONDITIONS DE PARTICIPATION..... | 11 |
| | 4.1 Critères de sélection des candidatures | 11 |
| | 4.2 Justificatifs à produire | 11 |
| | 4.3 Date limite de réception des dossiers et coordonnées | 12 |

1. CONTEXTE

Le 3 septembre 2009, le ministre de la culture et de la communication a confié à M. Patrick ZELNIK, accompagné de M. Guillaume CERUTTI et de M. Jacques TOUBON, la responsabilité d'une mission « Création et Internet » visant à proposer des pistes de développement de l'offre légale de contenus culturels sur Internet et d'amélioration de la rémunération des créateurs et du financement des industries culturelles. A la suite des consultations menées auprès de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'offre légale de contenus culturels sur Internet, les missionnés ont remis le 6 janvier 2010 leurs conclusions et leurs propositions.

La « carte musique jeunes » est la première des vingt-deux propositions du rapport. Cette mesure phare du rapport a été reprise par le Président de la République le 7 janvier, lors de ses vœux au monde de la culture, en indiquant qu'il souhaitait sa réalisation d'ici cet été. Le ministre a précisé que son lancement le jour de la fête de la musique, le 21 juin 2010, serait un symbole fort.

Le présent appel d'offre a pour objectif de définir les besoins techniques pour la mise en œuvre de la « carte musique jeunes ». Ces besoins concernent la définition et la mise en œuvre d'une plateforme technique sur Internet pour accueillir l'opération.

L'opération « Carte musique jeunes » doit être lancée pour la fête de la musique, le 21 juin 2010, et reconduite chaque année pendant trois ans.

2. PRESENTATION DU PROJET

2.1 Objectifs et enjeux

Mesure phare du rapport « Création et Internet », la mise en œuvre d'une « carte musique jeunes » vise à modifier durablement les comportements des internautes en les incitant à consommer des offres de musique payante.

Au cours des auditions et au travers des études réalisées dans le cadre du rapport, deux freins au développement des services musicaux en ligne ont été identifiés :

- d'une part, l'insuffisance de référencement des services musicaux sur Internet. Les utilisateurs d'Internet connaissent l'existence de services musicaux en ligne d'une manière générale. Ils savent citer le nom des plus connus d'entre eux. En revanche, le nombre et la diversité des services sont méconnus. Surtout, les internautes ne savent pas comment y accéder de façon simple et directe. Alors que se développent des outils de référencement des images ou des vidéos en ligne, l'édition de services musicaux reste encore peu fédérée autour de portails ou de moteurs de recherche spécialisés ;
- d'autre part, le prix des services, jugé encore trop élevé, en particulier pour les utilisateurs les plus jeunes.

Au total, si les deux tiers des internautes disent connaître l'existence de services légaux de téléchargement, le nombre de ceux qui les utilisent régulièrement reste encore trop faible, puisqu'on estime que le nombre de titres téléchargés légalement reste encore 20 fois inférieur à celui des titres échangés illégalement. Dans le même temps, les deux tiers des internautes qui téléchargent illégalement se disent prêts à utiliser les services légaux s'ils étaient moins chers, le prix moyen envisageable étant souvent situé autour de 5 à 7 euros par mois pour une formule d'abonnement mensuel avec possibilité de téléchargement d'un nombre illimité de titres. Il est donc important que ces services payants puissent être proposés à un prix susceptible de séduire les internautes.

À ce jour, l'immaturité du marché freine le développement de modèles économiques viables, faute d'un nombre suffisant de consommateurs. L'instauration d'une « carte musique jeunes » permettant d'accéder aux offres de musique en ligne à moindre coût vise précisément à attirer rapidement les internautes vers les services légaux. En donnant aux internautes un pouvoir d'achat supplémentaire, l'objectif est de permettre aux éditeurs de services et aux industriels d'entrer enfin dans un cercle vertueux où le volume de la consommation légale en ligne permettrait de dégager des ressources additionnelles pour la communication et le marketing qui accompagnent les offres, et de faire baisser encore les coûts notamment pour les formules d'abonnement offrant des possibilités très larges de téléchargement et de portabilité.

2.2 Cible retenue

Une étude récente montre que les 12-18 ans sont aujourd'hui considérés comme la catégorie moteur du marché de la musique en ligne avec des jeunes qui, dès 12 ans, commencent à développer des habitudes de consommation.

Pour permettre à la mesure d'être pleinement efficace et d'atteindre son objectif principal (changer le mode de consommation de la musique), la « carte musique jeunes » visera les 12-24 ans soit une population potentielle de 10 464 188 individus.

2.3 Prix de la carte

Le rapport « Création et Internet » a évalué à 25 euros le prix pouvant être demandé aux jeunes internautes pour leur carte, en échange d'un service d'une valeur réelle de 50 euros. Néanmoins, il serait souhaitable que le jeune puisse dépenser progressivement ces 50€ sur un an (durée de validité de la carte).

Afin que le jeune puisse tester plusieurs offres des plates-formes partenaires, il est envisageable de mettre en place un système de tickets de 10 euros chacun à hauteur de 50 euros (Scénario 2). Chaque ticket, qui ne serait payé que 5 euros par le jeune pour une valeur nominale de 10 euros au minimum sur les plates-formes partenaires, permettrait de souscrire jusqu'à cinq offres différentes (ou cinq fois à la même offre le cas échéant).

2.4 Les services de musique en ligne concernés

Les conditions d'éligibilité à l'opération pour les services proposant l'écoute ou l'achat de musique légale sur Internet et accessible depuis un internaute localisé en France seront définies par décret.

2.5 Modalités envisagées d'utilisation de la carte

D'un point de vue opérationnel, la mise en œuvre de l'opération « carte musique jeunes » passe par la création d'une plate-forme Internet permettant, dans l'ordre logique :

- l'inscription du jeune internaute ;
- le référencement des différentes offres éligibles ;
- l'envoi de codes promotionnels et la création d'un compte personnel sécurisé à utiliser sur l'ensemble des plates-formes partenaires et accessible pendant toute la durée de l'opération ;
- la gestion informatisée du versement des compléments de prix et du suivi des inscriptions à la « carte musique jeunes » auprès des plates-formes partenaires.

L'utilisation de l'offre « carte musique jeunes » doit se faire dans un premier temps par une inscription en ligne accessible via un portail de référencement, par laquelle le jeune indiquera ses coordonnées (cf. annexe « parcours client »).

Après l'inscription, deux scénarios doivent être envisagés par le prestataire :

Scénario 1 : utilisation de la carte musique sur une seule plate-forme :

Dans ce scénario, le jeune, en s'inscrivant à l'offre « carte musique jeunes », devra choisir d'utiliser son crédit sur un et un seul des services de musique en ligne référencés.

Dans ce cas de figure, le portail enverra au bénéficiaire après inscription un code promotionnel à utiliser sur l'une ou l'autre des plates-formes de musique en ligne partenaires de l'opération.

L'attribution d'un code promotionnel implique l'ouverture d'un compte personnel auprès de la plate-forme choisie. Ce compte est crédité d'une valeur maximale de 25 euros par le détenteur du code, accessible pendant 1 an et abondée d'une valeur équivalente dans le cadre de l'offre promotionnelle proposée par la plate-forme partenaire.

Pour un compte donné, le versement du complément de prix à la plate-forme se fera dans la limite de 25 euros (en tenant compte également du plafond en montant de souscriptions fixé pour chaque plate-forme et de la durée de l'opération.)

Scénario 2 : utilisation de la carte musique sur plusieurs plates-formes à l'aide d'un système de tickets de 5 euros d'une valeur nominale de 10 euros

Afin d'offrir un maximum de flexibilité au jeune dans la découverte des offres partenaires, le prestataire doit pouvoir proposer, dans ce scénario, un système permettant d'utiliser la carte musique par tranche de 10 euros. Cette solution, plus complexe mais aussi plus en ligne avec les objectifs de la « carte musique jeunes », devra faire l'objet d'une proposition optionnelle et distincte par les soumissionnaires, qui en détailleront le coût et l'incidence sur le respect du calendrier de réalisation.

Dans ce cas de figure, le portail doit prévoir pour chaque jeune inscrit un espace privé dans lequel il est possible de souscrire à un ou plusieurs tickets de 5 euros associés chacun à une seule plate-forme. Ce ticket aura une valeur nominale de 10 euros au minimum sur la plate-forme choisie. Le jeune peut acheter 5 tickets pour la même plate-forme, s'il le souhaite.

Pour chaque souscription, le portail enverra un code promotionnel unique et infalsifiable à l'utilisateur (par mèl ou sur son téléphone mobile) et à la plate-forme, afin que cette dernière puisse déclencher l'offre promotionnelle dans son système de facturation lorsque le jeune viendra effectuer son achat en ligne sur son site.

Pour un compte donné, le versement du complément de prix à la plate-forme se fera dans la limite de 25 euros (en tenant compte également du plafond en montant de souscriptions fixé pour chaque plate-forme et de la durée de l'opération.)

3. LES BESOINS TECHNIQUES

3.1. Création d'un système informatique (*web service*) relié au site Internet dédié à l'opération « carte musique jeunes »

L'ensemble de l'opération aura pour point d'entrée le site Internet dédié à l'opération « carte musiques » qui présentera l'opération et les offres accessibles. Ce site ainsi que toute la campagne de communication et le plan média sont en-dehors de l'objet du marché au titre duquel est mené le présent appel à propositions. Le titulaire du présent marché devra en revanche travailler en étroite liaison tant avec les plates-formes de musique en ligne qu'avec l'entité qui mettra en œuvre le site Internet et la campagne de communication pour le compte du ministère de la culture et de la communication. Chaque plate-forme de musique en ligne transmettra préalablement les conditions de son offre (exemples : mois d'abonnement gratuit, nombre de titres offerts au téléchargement...) pour affichage sur le site « carte musique ». Chaque plate-forme pourra proposer une offre promotionnelle.

Pour l'internaute, l'accès au formulaire d'inscription se fera donc exclusivement depuis ce site, dans un premier temps sur les navigateurs Internet standard puis sur des navigateurs Internet mobiles, suivant les contraintes de calendrier imposées par les délais de réalisation.

Contrainte : le dimensionnement du web service doit être conçu pour éviter toute impossibilité d'accéder au site en raison d'une trop grande affluence lors du lancement.

Chaque plate-forme de musique en ligne partenaire de l'opération prendra à sa charge l'intégration de l'opération « Carte musique jeunes ». A cet effet, une liste de codes promotionnels infalsifiables générés par le prestataire lui sera transmise en amont du déclenchement de l'opération, cette liste pourra également être actualisée au fil de l'opération, notamment dans le cas de « tickets ». Cette liste conditionne le montant total des aides qui seront attribuées dans le cadre de l'opération. En outre, les plates-formes de musique en ligne partenaires de l'opération intégreront une offre promotionnelle dans leur catalogue et développeront un espace dédié d'information et de promotion de la « carte musique jeunes ». Cet espace renverra vers le site central pour l'inscription.

Enfin, afin d'éviter qu'une seule plate-forme ne concentre l'ensemble ou la majorité des demandes et compte tenu de la contrainte budgétaire, il est envisagé de définir un nombre limité de codes promotionnels par plate-forme, de sorte que lorsqu'une plate-forme aura atteint son seuil, la demande puisse se reporter sur les autres plates-formes. Le système informatique (*web service*) développé devra permettre de gérer cette fonctionnalité. Il devra également permettre de stopper l'attribution de codes et de subventions lorsque le budget total alloué par l'Etat à l'opération aura été atteint.

3.2. Formulaires d'inscription et de souscription

Dans tous les scénarios et afin de ne pas rebuter l'internaute, il est recommandé d'utiliser le nombre minimum de champs nécessaires à la vérification de son identité.

Le formulaire d'inscription pourrait ainsi contenir les champs suivants :

- nom ;
- prénom ;
- adresse postale ;
- date et lieu de naissance ; date de type JJ/MM/AAAA et comprise entre la date du jour -12 ans et la date du jour -24 ans
- adresse mèl ;
- numéro de téléphone portable ;
- numéro de carte d'étudiant ou autres champs d'identification dont la nature et l'exhaustivité restent à définir ;
- champ à cocher : « Je déclare sur l'honneur l'exactitude des informations renseignées » (prévoir une formulation adaptée à la cible visée le cas échéant).

Dans le cadre du scénario 1, il faudra prévoir un champ afin de choisir la plate-forme unique pour laquelle la « carte musique jeunes » sera utilisée.

Dans le cadre du scénario 2, il faudra prévoir une interface d'accès à l'espace personnel gérant :

- la liste des plates-formes partenaires avec la possibilité d'opérer une sélection multiple;
- l'historique des demandes de tickets auprès des plates-formes partenaires ;
- l'envoi informatisé aux plates-formes partenaires des codes promotionnels associés aux tickets ;
- la mise à jour de la base de données centrale pour éviter les doublons et la réutilisation des codes déjà envoyés.

3.3. Base de données

Lors de la validation du formulaire, le système technique enregistrant toutes les inscriptions effectuera dans tous les cas de figure :

- les tests de cohérence des formats de données saisis par l'utilisateur (date, code postal, etc.) ;
- la vérification de l'âge du souscripteur (par rapport à sa date de naissance) ; l'âge pourra en outre faire l'objet d'un contrôle additionnel sur pièces pour un échantillon de demandeurs ;
- la vérification que l'utilisateur n'a pas déjà souscrit à la « carte musique jeunes » ;

Dans le scénario 1, le système effectuera :

- le comptage des souscriptions par plate-forme ;
- la proposition des alternatives si le seuil de souscription est atteint pour une plate-forme donnée ;
- la mise à jour et le dédoublonnage de la base concernant les données de l'utilisateur ;
- l'affichage, après validation du formulaire, d'une page affichant le résumé de la demande ;
- la validation de la procédure ;
- l'envoi d'un code promotionnel par mail ou sur le téléphone mobile ;
- la transmission du code promotionnel de la carte aux plates-formes partenaires.

Dans le scénario 2, le système effectuera :

- la mise à jour et le dédoublonnage de la base concernant les données de l'utilisateur ;
- l'affichage, après validation du formulaire, d'une page affichant le résumé de la demande ;
- la validation de la procédure ;
- la gestion de l'accès à l'espace privé utilisateur ;
- le comptage des souscriptions par plate-forme ;
- la proposition d'alternatives si le seuil de souscription est atteint pour une plate-forme donnée ;
- la gestion de l'historique de souscription aux différentes offres promotionnelles ;
- l'envoi d'un code promotionnel par mail ou sur le téléphone mobile à chaque souscription ;
- la transmission du code promotionnel de la carte aux plates-formes partenaires.

Le prestataire s'engage à ne pas utiliser commercialement la base de données constituée.

3.4. Envoi d'un code promotionnel

Le prestataire devra définir une liste exhaustive des codes promotionnels et proposer un système infalsifiable pour la générer ; Il devra également définir la fréquence et les modalités d'envoi avec les plates-formes de musique en ligne partenaires de l'opération.

Quel que soit le scénario envisagé, dès l'enregistrement de la demande validé, le site Internet enverra en temps réel un code promotionnel :

- au souscripteur de l'offre, soit via l'adresse mail enregistrée, soit sur son téléphone mobile ;
- à la plate-forme partenaire, via un système d'échange de données informatisé (EDI), pour intégration du code promotionnel dans son système de facturation.

Le code promotionnel sera ensuite marqué dans la base centrale du site Internet pour ne plus être réutilisé.

L'échange de données informatisées entre le site Internet dédié à l'opération « carte musique jeunes » et les plates-formes partenaires devra se faire dans le cadre d'une technologie standardisée et compatible avec le système d'information des plates-formes partenaires.

Lorsqu'un jeune achètera un ticket (ou service) sur une plate-forme partenaire, le système doit :

- 1) vérifier la validité du code promo carte
- 2) vérifier et mettre à jour le crédit carte
- 3) enregistrer le règlement de l'internaute
- 4) confirmer à l'internaute son accès au service et son nouveau crédit carte

3.5. Versement du complément de prix de la carte aux plates-formes partenaires

Dans le scénario 1, l'internaute sera ensuite invité à se rendre sur la plate-forme partenaire choisie afin d'acheter des services musicaux (streaming, achat à l'acte) dans la limite de 25 euros sur un an (valeur nominale de 50 euros). Le jeune n'est pas obligé de dépenser 25 euros en une seule fois.

Dans le scénario 2, la carte, achetée 5 euros, aura une valeur nominale minimum de 10 euros. D'autres tarifs peuvent être éventuellement proposés : 10 et 15 € par exemple ou même si cela est possible une dépense progressive dans la limite de 50€

Une fois le paiement effectué sur la plate-forme partenaire, cette dernière devra envoyer un accusé de paiement électronique au système d'information du portail central. Cet accusé enclenchera :

- le montant utilisé dans le cadre du code promotionnel dans la base de la plate-forme partenaire pour ne plus être utilisé et éviter les doublons ;
- un deuxième marquage avec le montant utilisé dans la base centralisée du site portail central pour le reporting statistique et financier, afin de justifier le paiement du complément de prix de la « carte musique jeunes » versé à la plate-forme concernée.

Le prestataire devra également concevoir le système de versement du complément de prix interfacé avec le système comptable du ministère de la culture et de la communication gérant le budget de l'opération et trouver, le cas échéant, un partenaire technique lui permettant de proposer ce service.

Le calendrier de versement du complément de prix de la « carte musique jeunes » sera précisé ultérieurement.

3.6. Informations à restituer aux éditeurs et à la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC)

Le processus de transmission devra s'adapter aux contraintes de chaque plate-forme de musique en ligne partenaire de l'opération.

Ces informations seront de deux natures :

- le *reporting* statistique de l'opération (notamment, l'évolution du nombre de souscripteurs par rapport au plafond fixé) ;
- le *reporting* financier afin de gérer l'avance éventuelle et le reversement progressif du montant des cartes musique auprès des plates-formes partenaires.

Un accès pour consultation, modification et extraction sera également ouvert au ministère de la culture et de la communication.

3.7. Sûreté et sécurité des systèmes d'information

Le prestataire devra présenter dans sa proposition un dispositif assurant la confidentialité, la traçabilité et l'intégrité des données collectées sur le site internet.

Le prestataire devra également inclure dans sa proposition un dispositif assurant la continuité du service en cas d'attaque informatique extérieure, de pic de fréquentation ou de problème technique interne. Une attention particulière sera portée aux mécanismes mis en place pour prévenir de la fraude.

En cas de manquement à ces obligations de sûreté et de sécurité des systèmes d'information, la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) se réserve le droit d'engager la responsabilité du prestataire.

3.8. Budget

Les soumissionnaires présenteront pour **les deux scénarios envisagés** :

- le schéma de base de données ;
- le schéma des flux opérationnels ;
- le schéma des flux financiers ;
- **le calendrier de mise en œuvre** avec comme date limite le lancement de la fête de la musique le 21 juin 2010.

Le coût de la prestation intègrera pour **les deux scénarios envisagés** :

- la définition de l'architecture de la base de données répondant aux exigences des plates-formes partenaires, et son développement ;
- le développement des connexions avec les systèmes des plates-formes partenaires ;
- la définition et le développement du back office de gestion (opérationnel et financier) ;
- l'hébergement, la configuration et les mécanismes de sécurité envisagés ;
- l'administration pour une période de un an.

4. CONDITIONS DE PARTICIPATION

Pour les deux scénarios évoqués, le soumissionnaire fera parvenir sa proposition en distinguant et en chiffrant les différentes parties de sa prestation; la proposition précisera le temps passé sur chaque phase et le calendrier prévisionnel pour l'ensemble des opérations à effectuer. La proposition indiquera les points d'étape et réunions de travail envisagés avec la DGMIC.

Des points d'étape hebdomadaires réguliers avec les équipes techniques du soumissionnaire sont exigés.

4.1 Critères de sélection des candidatures

Les candidatures seront sélectionnées en fonction :

- de la bonne adéquation de l'activité des soumissionnaires aux prestations définies ci-dessus, de leur qualification et de leur expérience dans l'exécution de prestations équivalentes ;
- du nombre de jours homme proposé et du coût moyen du jour / homme ;
- de la qualité technique de l'offre et de la bonne compréhension par le soumissionnaire de l'ensemble des besoins et des contraintes ;
- de la capacité à respecter les délais au vu des solutions proposées et des ressources humaines qu'il est prévu d'affecter au projet.

4.2 Justificatifs à produire

Les candidats sont invités à adresser leur dossier de candidature comprenant a minima :

- o une lettre de candidature ;
- o un descriptif de la méthodologie envisagée ;
- o la composition de l'équipe envisagée pour réaliser la prestation(CV et références pertinentes) ;
- o un échéancier de réalisation ;
- o un devis ;
- o les références de prestations similaires de moins de trois ans ;
- o la description de la société (existence juridique, moyens techniques, financiers et humains) ;
- o le K-bis ;
- o formulaires DC4, DC5, DC6 et DC7 ;
- o l'acte d'engagement renseigné et signé.

En l'absence de l'un de ces documents, le dossier de candidature ne sera pas recevable.



Direction générale
des médias et des
industries culturelles

4.3 Date limite de réception des dossiers et coordonnées

Le dossier de candidature doit être envoyé sous format papier en deux exemplaires et sous format électronique à l'adresse suivante : consultation-carte-musique@culture.gouv.fr

- **Date limite de réception des dossiers : 1er avril 2010**

A l'attention de Caroline ROGARD
Direction générale des médias et des industries culturelles
Bureau des études et des évaluations économiques
69 rue de Varenne
75348 Paris 07 SP

Pour tout renseignement :

Caroline ROGARD
Direction générale des médias et des industries culturelles
Bureau des études et des évaluations économiques
69 rue de Varenne
75348 Paris 07 SP

Contacts :
Téléphone : 01 42 75 57 87
Mail : consultation-carte-musique@culture.gouv.fr