

**Agence de créativité et d'attractivité du Poitou  
33 Place Charles De Gaulle  
CS 20287  
86007 Poitiers Cedex**

**Marché public de conception d'une application mobile proposant  
des parcours à énigme**



## **CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES**

## **1. Résumé de l'objet du marché**

L'ACAP recherche un opérateur pour concevoir, développer et mettre en marché une application mobile proposant des parcours à énigme, afin de réinterpréter le patrimoine et soutenir la relance.

## **2. Le porteur du marché**

Le porteur du marché est l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ci-après désignée sous l'acronyme ACAP), association loi 1901 et pouvoir adjudicateur du fait de son financement très largement public.

L'ACAP (Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou) est l'agence de développement touristique du département de la Vienne (86). La Vienne, « Pays du Futuroscope », est un territoire leader en matière de tourisme de loisirs. Le tourisme représente un enjeu économique considérable pour le Département (plus de 8 millions de nuitées et près d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires induit).

L'ACAP travaille en étroite collaboration avec les différents Offices de Tourisme situés sur son territoire mais également avec le Conseil Départemental de la Vienne.

Les missions principales de l'ACAP portent sur les éléments suivants :

- Mettre en œuvre de façon opérationnelle le Plan de développement touristique départemental
- Piloter la promotion touristique du département
- Valoriser les produits du terroir et la marque Poitou via deux points de vente : Maison du Terroir à Poitiers et le Comptoir du Poitou au Center Parcs du Bois aux Daims
- Créer des opérations spéciales et événements
- Fédérer les acteurs touristiques
- Soutenir le développement territorial par l'animation de labels de qualité
- Accompagner les socio-professionnels en marketing et commercialisation

## **3. Contexte**

### 3.1. L'offre touristique et culturelle de la Vienne

Depuis 30 ans, la création du Futuroscope poursuivie, à l'initiative du Département, par un maillage d'équipements touristiques structurants sur l'ensemble de son territoire a permis l'essor d'une destination originale à l'échelon national et leader en matière de tourisme de loisirs.

Le développement touristique constitue un enjeu majeur de la politique d'attractivité et de développement économique du Département de la Vienne.

La Vienne, Pays du Futuroscope, offre de nombreux sites et activités touristiques à destination des familles comme le Parc du Futuroscope, la Vallée des Singes, les Géants du ciel, Terre de Dragons, des parcours et chasses au trésor (Terra Aventura, Le Trésor de Léonard au Château de Monthoiron) mais aussi des hébergements atypiques avec Défiplanet', le Village Flottant de Pressac, Center Parcs Domaine du bois aux Daims.

Le département de la Vienne compte également une grande diversité de paysages se prêtant à de nombreuses activités de pleine nature ou de tourisme vert comme, par exemple, des randonnées pédestres et à vélo, des activités nautiques (canoë, kayak, téléski nautique, etc.), ou encore de nombreux spots d'accrobranche.

Par ailleurs, la ville de La Roche-Posay, liée à la marque éponyme mondialement connue et qui accueille chaque année de nombreux curistes, constitue un élément d'attractivité pour le territoire.

Enfin, son patrimoine d'exception comprend plusieurs sites remarquables tels que l'abbaye de Saint-Savin classée au Patrimoine Mondial de l'UNESCO, Notre-Dame-la-Grande de Poitiers, la cathédrale Saint-Pierre de Poitiers et le château de La Mothe-Chandeniers.

Outre son offre touristique, la Vienne propose également de nombreux festivals de musique qui contribuent à l'attractivité et à la renommée du territoire avec notamment Les Heures Vagabondes dans tout le département, Au fil du Son à Civray dans le Sud Vienne, Les Vacances de Monsieur Haydn à La Roche Posay ou les Soirées Lyriques de Sanxay.

Le principal objectif pour l'ACAP est de conforter et développer une place de destination leader en matière de loisirs touristiques.

### 3.2. Historique du projet

La proposition instigatrice de la présente consultation été initialement formulée début décembre 2020 par l'UMIH86 aux collectivités, parmi un ensemble de suggestions visant soit à sauvegarder l'activité touristique (mesure immédiate de très court terme), soit à soutenir la relance de l'activité (mesure de court-moyen terme). Ce projet s'inscrit dans la seconde catégorie.

Le cœur de la proposition de l'UMIH : développer un ensemble de parcours composés de jeux de pistes en réalité augmentée. Il s'agit bien sûr prioritairement de favoriser la circulation des flux de visiteurs sur le département en proposant des circuits qui connectent les points majeurs du territoire en offrant une médiation du patrimoine innovante, mais aussi de renforcer le rayonnement géographique et économique de la "Gamers Assembly", événement majeur du e-sport français qui se tient en avril.

L'UMIH et la Gamers Assembly, après un échange avec l'office de tourisme de Grand Poitiers, avaient rapidement ciblé l'intérêt de développer un tel jeu sous la licence d'un jeu vidéo de renommée mondiale, portée par un acteur international majeur du jeu vidéo.

L'UMIH a donc argumenté ainsi l'intérêt de s'associer à un tel type de licence :

- La nécessité de recourir à une licence de notoriété mondiale, ce qui favorisera évidemment la mise en lumière du patrimoine poitevin et néo-aquitain
- La nécessité de recourir à une licence déjà déclinée dans différents univers : jeu vidéo, cinéma, interprétation et gamification muséale, édition, etc. Cette expérience apporte de très solides garanties sur la qualité de la livraison

- Le recours à une licence permettant une transcription de la réalité historique : la gamification est donc bien mise au service d'une interprétation des patrimoines locaux. Ce projet peut dès lors se connecter facilement avec un autre projet déjà engagé, et qui s'appuie sur un conseil scientifique déjà installé : l'Historial du Poitou (ouverture prévue en 2022).
- Une licence repose sur la notion d'exploration de différentes époques de l'Histoire. Cela est particulièrement adapté au tissu patrimonial de la Vienne, qui permet de développer des expériences partant de la préhistoire jusqu'à l'évocation du futur, incarné par le site majeur régional qu'est le Futuroscope. L'invitation à l'itinérance devient dès lors évidente.
- Des expériences relativement comparables ont pu être identifiées par le passé sur le Musée des invalides ou le Musée des armées, par exemple.

La pertinence d'un tel projet est rapidement validée par les représentants des collectivités, qui constituent un comité de pilotage ad hoc, composé de représentants des parties prenantes (cf 2.4).

L'ACAP est désignée pour être la structure technique référente de ce comité de pilotage, avec pour mission première d'étudier la faisabilité du projet sur les plans réglementaire (enjeux de commande publique), budgétaire (recherche de cofinancements possibles), fiscal (assujettissement éventuel à la TVA) et technique.

### 3.3. Les parties prenantes, et la gouvernance du projet

Ce projet s'inscrit dans un cadre de portage collectif associant des collectivités (aujourd'hui Conseil Départemental de la Vienne, Communauté Urbaine de Grand Poitiers) et leurs organismes de tourisme (ACAP, Office de Tourisme de Grand Poitiers), ainsi que des partenaires touristiques qualifiés (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie). Des représentants de la Gamers Assembly, événement majeur du E-sport basé à Poitiers peuvent être associés aux travaux pour apporter un éclairage technique sur l'univers du jeu vidéo.

Une première équipe avait été mise en place en janvier 2021, qui devait étudier l'opportunité et défricher la faisabilité du projet, sur commande de la Présidente de Grand Poitiers et du Président du Conseil Départemental de la Vienne. Cette organisation évolue aujourd'hui vers des modalités très classiques dans le cadre de projets portés par la puissance publique, mixant comité de pilotage (instance de décision réunissant les élus des collectivités cofinçant le projet, ainsi que l'UMIH à l'origine du projet) et comité technique (instance de préparation de la décision associant les ressources techniques du projet).

A l'occasion d'une réunion associant les parties prenantes du projet en mars 2021, il a été statué que ce comité de pilotage aurait le rôle suivant :

- Définir les budgets prévisionnels annuels du projet
- Décider des modalités de mise en marché des parcours payants
- Tout autre rôle que les membres voudront bien se donner à l'unanimité

L'ACAP rend compte au comité de pilotage de l'avancée du projet, et exécute les décisions prises par ce comité. Elle prend attache avec les collectivités partenaires pour les éventuelles levées de fonds auprès de ces dernières. C'est elle qui reçoit les recettes commerciales du projet, pour ensuite les affecter suivant les décisions du comité de pilotage.

Parallèlement, des instances spécifiques locales se mettront en place pour le suivi de chaque parcours (cf infra), qui regrouperont l'ACAP (pour la coordination générale, la garantie d'une cohérence globale

et la mise à disposition d'informations et outils touristiques tels que le SIT), et des référents locaux issus des univers touristiques et culturels à minima.

Des contacts ont été pris avec le Futuroscope, qui pourrait rejoindre le projet dans un rôle restant à définir.

### 3.4. Les clientèles cibles

Plusieurs catégories d'utilisateurs/joueurs sont à ce stade envisagées :

- Les touristes occasionnels : l'objectif est de proposer une véritable expérience touristique et de jeu, qui devra créer un engagement du joueur envers le territoire ("j'ai adoré jouer à [nom du jeu] dans la Vienne, et cela reste un superbe souvenir")
- Les familles résidentes ou touristes et plus spécialement les familles composées d'adolescents et de jeunes adultes (un segment de clientèle plus difficile à capter en raison de son autonomie et qui demande une offre adaptée) : l'objectif est de proposer une activité de proximité qui permette de redécouvrir un territoire qu'on pense connaître, mais que, grâce au jeu, on va reconsidérer
- Les "gamers", qu'ils soient résidents ou en visite à l'occasion d'événements dédiés par exemple. Il s'agira ici de satisfaire un appétit de consommation ludique ("J'ai envie de trouver tous les secrets du jeu et d'explorer tout le territoire")
- Sur le tourisme d'affaires, les groupes en "incentive" : nous pensons qu'une expérience ludique immersive pourrait constituer une réponse positive au besoin de motivation et de challenge, aux abords immédiats d'un lieu de réunion

## 4. Les besoins de l'ACAP

### 4.1. La conception d'une application proposant une expérience ludique d'interprétation du patrimoine

#### 4.1.1. *Objectifs de cette application*

L'application devra répondre à un triple objectif :

- Permettre au joueur d'interagir in situ avec les sites patrimoniaux les plus emblématiques de la Vienne, au travers de parcours à énigmes immersifs
- De manière plus large, valoriser les différents pans du patrimoine historique et culturel du département (églises, châteaux, pierres levées, patrimoine vernaculaire...), soit au travers des parcours à énigmes évoqués ci-dessus, soit, préférablement, au travers d'expériences de jeu spécifiques et complémentaires.
- Le patrimoine s'incarnant tout autant dans des sites en soi que dans des ensembles urbains, nous souhaitons aussi pouvoir proposer une expérience de jeu supplémentaire permettant de générer du flux de fréquentation dans les zones commerçantes des cœurs de villes/villages

A noter que le maître d'ouvrage peut mettre à disposition du projet des flux de données issues du Système d'Information Touristique "SIRTAqui", au format Tourinsoft.

Le candidat devra expliciter le concept d'expérience ludique qu'il envisage de proposer pour chacun de ces trois objectifs. Il proposera également une première approche graphique (mapping, maquette graphique...) permettant au maître d'ouvrage de visualiser comment le joueur pourrait appréhender les différentes expériences ludiques qui lui seront proposées via l'application.

#### *4.1.2. Storytelling et réalité historique*

L'ACAP attend du candidat qu'il soit force de proposition afin de faire émerger un univers narratif global pour l'ensemble du jeu et ses différentes fonctionnalités.

Il devra ensuite, pour chaque parcours à énigme, construire un scénario spécifique. Ce scénario sera construit en collaboration avec un groupe de travail idoine, et fera l'objet d'une validation finale du comité de pilotage du projet. Ce scénario devra être orienté grand public, dans une logique éducative tout autant que ludique.

Un des objectifs majeurs du projet étant de proposer un moyen d'interprétation du patrimoine, l'univers narratif devra s'ancrer dans la réalité du cadre historique, pour dérouler un scénario qui, lui, pourra être fictionnel. L'univers narratif global et le scénario des parcours devront faciliter une forme de "redécouverte" du patrimoine.

Afin de faciliter cet ancrage dans l'Histoire, l'ACAP s'engage à identifier les ressources scientifiques qui pourront contribuer au respect de cet élément de cahier des charges.

Si le scénario des parcours devra être conçu en cours de mission, le candidat devra proposer à l'appui de son offre des grandes orientations narratives pour chaque parcours à énigmes immersif, mais aussi un parti-pris narratif pour couvrir l'ensemble des parcours (dans une logique de "méta-histoire"), qui donnera une cohérence d'ensemble à l'univers applicatif.

#### *4.1.3. Géolocalisation et scénario des parcours*

Les différentes fonctionnalités, qu'elles intègrent la réalité augmentée ou une autre technologie, devront impérativement reposer sur la géolocalisation.

Le candidat devra donc proposer une méthode de travail dans laquelle il explicite comment il compte construire avec le maître d'ouvrage les différents parcours à énigmes et autres dispositifs répondant aux objectifs posés dans le 4.1.1. :

- Distance à parcourir,
- Nombre de points d'arrêt sur le parcours,
- Modalités d'interaction avec le monument/site/commerce, etc.,
- Rédaction du scénario du parcours,
- Collecte des informations permettant la rédaction du parcours et préparant sa transcription dans une expérience ludique sur smartphone,
- Élaboration du storyboard.

Nous imaginons pouvoir engager la création d'au moins 4 parcours d'une dizaine de points d'énigme, parallèlement aux dispositifs d'interaction avec les zones commerçantes ou les éléments patrimoniaux (cf 4.1.1).

Le candidat s'attachera à confirmer cette hypothèse, ou, le cas échéant, à formuler une proposition alternative. Il formulera en tout état de cause ses préconisations sur la bonne façon d'appréhender les points d'énigme, de telle sorte que le rapport entre le besoin de faire découvrir le territoire le plus large possible et la qualité de l'expérience de jeu soit le plus équilibré possible.

#### *4.1.4. Technologies favorisant l'immersion*

Parce qu'il s'agit pour nous du cœur du projet, les parcours à énigmes devront impérativement faciliter l'immersion. A ce titre, des dispositifs de type "réalité augmentée" ou équivalents devront être privilégiés. Le candidat devra toutefois expliciter en quoi les technologies qu'il proposera seront adaptées au niveau moyen des smartphones du marché.

Concernant les objectifs 2 et 3 présentés au 4.1.1., le candidat pourra avoir recours à d'autres outils techniques, avec toujours la double préoccupation d'une prise en charge par la majorité des smartphones du marché, et de favoriser la circulation sur le territoire et l'interaction avec les sites et zones commerçantes.

Le candidat veillera également à prévenir le maître d'ouvrage de toute obsolescence technologique sur la durée du contrat, et s'attachera donc à développer sa vision de l'évolution des techniques et technologies envisagées pour les cinq prochaines années.

#### *4.1.5. Modèle économique du projet*

Si ce projet sera, dans un premier temps, financé à partir de fonds public à des fins d'amorçage, l'ACAP souhaite pouvoir faire émerger un modèle vertueux : le jeu doit permettre de lever des recettes commerciales, qui pourront dans le temps financer de nouveaux développements de parcours.

Le candidat s'appliquera donc à présenter des hypothèses de développement commercial à échéance de cinq ans. Il pourra à ce titre explorer diverses sources de revenu : vente de parcours in-app, vente de coupons, merchandising, etc.

#### *4.1.6. Multilinguisme*

L'interface et le jeu devront être proposés *a minima* en français et anglais, et en option en espagnol.

#### *4.1.7. Fidélisation et retour dans le jeu*

Le candidat explicitera la manière dont il compte favoriser le téléchargement, la mise à jour et le retour dans le jeu. Les objectifs sont évidents : soutenir la circulation sur le territoire, contribuer à l'augmentation de flux dans les zones commerçantes, encourager l'achat de parcours payants afin d'entretenir un modèle de jeu qui soit vertueux.

Dans le cas de propositions d'action marketing reposant sur l'exploitation de données personnelles collectées à l'inscription dans le jeu, au téléchargement de l'application, ou en cours de jeu, le candidat explicitera les actions et fonctionnalités qu'il mettra en place pour prémunir le maître d'ouvrage de tout risque lié à la méconnaissance du RGPD.

#### *4.1.8. Fonctionnalités aptes à faciliter l'application du RGPD*

Le développement d'un univers applicatif ludique expose à différentes problématiques : collectes de données personnelles (géolocalisation, coordonnées...), consentement tutélaire pour des joueurs d'âge inférieur à la limite légale de consentement dans le pays, etc.

Le candidat présentera les fonctionnalités qu'il compte mettre en place afin de respecter les contingences fixées par le RGPD.

#### *4.1.9. Statistiques*

Le candidat devra proposer un outil permettant de bénéficier, de façon ni exhaustive ni exclusive, des statistiques suivantes :

- Nombre de joueurs (*sur une période à définir*),
- Nombre de parcours achetés, avec ventilation par parcours,
- Chiffre d'affaires issu de la vente des parcours,
- Utilisation du jeu : nombre de connexions, temps de jeu, taux de retour dans le jeu, etc.,
- Identification des points d'énigme les plus visités,

La production de ces statistiques devra être conforme à la réglementation.

#### 4.2. L'association avec une licence majeure du jeu vidéo

Afin de donner une vraie cohérence d'ensemble à ce projet, de lui donner toutes ses chances de succès, notamment commercial, et d'éviter d'investir des sommes colossales de promotion pour faire émerger le jeu dans l'univers ultra-concurrentiel des stores d'applications mobiles, il apparaît nécessaire d'adosser l'application à une marque de jeu vidéo qui apporte un univers reconnu et une communauté de joueurs installée.

Le niveau d'ambition pour ce projet impose de rechercher une marque de tout premier plan.

L'ACAP en attend une double garantie : celle d'une mise en lumière promotionnelle importante avec toute une campagne marketing basée sur cette marque mais aussi l'attractivité forte d'un univers de jeu qui engagerait fortement les communautés de joueurs avec l'idée de les transformer en visiteurs de la Vienne. Enfin, la réassurance apportée par la notoriété de la marque devra faciliter les actes d'achats de parcours payants.

Afin de préserver la cohérence avec le projet dans son ensemble, cette marque proposée par le candidat devrait logiquement avoir une connexion évidente à l'Histoire.

Le candidat devra donc proposer dès la phase de consultation la licence qui lui semble la plus adaptée.



S'il en est le détenteur : il explicitera les conditions d'usage de la marque sur le projet (coûts de licence, champ d'application du droit d'utilisation de la marque...).

S'il n'en est pas le détenteur : il devra produire à l'appui de son offre le cadre contractuel d'utilisation de la marque qui lui permettra de développer et publier le jeu, et qui précisera au maître d'ouvrage le champ d'application du droit d'utilisation de la marque, et les éventuels coûts additionnels à prévoir dans la vie du projet.

Le candidat devra apporter la preuve d'un engagement de principe du détenteur de la marque (accord-cadre d'utilisation de la marque, accord spécifique d'utilisation pour le présent projet, réponse conjointe ou solidaire à la présente consultation...).

#### 4.3. Développement, recettage, publication sur les magasins d'application et maintenance

Le candidat développera intégralement l'univers applicatif suivant les validations apportées par le comité de pilotage du projet portant sur les éléments relevant de l'expérience de jeu et des scénarios.

L'application devra être développée au minimum sur les environnements Android et Apple.

Le candidat devra présenter un rétroplanning

Le candidat présentera les modalités de recettage qu'il envisage. Il s'appliquera à développer le contrôle qualité issu le cas échéant des contraintes d'exploitation de la licence de jeu vidéo (cf 4.2).

La publication du jeu en magasin d'application pourra se faire sur le compte du candidat ou sur un compte à créer avec/pour l'ACAP. Le candidat explicitera les enjeux de chacune de ces deux options (commercial, fiscal, accès aux données clients, RGPD, ...), ainsi que sa préconisation.

La publication à visée de commercialisation des premiers parcours à énigmes devra intervenir au plus tard à la fin du mois du juin 2022.

Le candidat devra enfin s'engager à assurer la maintenance selon les modalités suivantes :

- Pour chacun des circuits à énigmes développés : durée minimale de quatre ans,
- Pour le socle applicatif : maintenance jusqu'à extinction de l'obligation de maintenance associée au dernier parcours à énigmes développé dans le temps,
- Le candidat spécifiera comment il envisage le devenir de la maintenance des premiers parcours à énigme développés dans le temps, à extinction de l'obligation de maintenance : dépublication du parcours, prolongation de la maintenance sous conditions, etc.

#### 4.4. Communication

Le candidat, en véritable spécialiste de l'édition du jeu vidéo, devra être en capacité de proposer un plan de communication pour accompagner la sortie des premiers parcours ludiques.

Ce plan se concentrera sur les médias spécialisés dans le jeu vidéo. Le maître d'ouvrage s'engage de son côté, le cas échéant en lien avec le candidat, à mettre en œuvre des actions en direction de la presse "tourisme" et "généraliste grand public". Le candidat et le maître d'ouvrage s'engagent à coordonner leurs communications respectives.

#### 4.5. Suivi de projet

Le maître d'ouvrage s'engage à mettre à disposition du candidat les moyens humains nécessaires au bon suivi de projet.

Le candidat devra s'engager à identifier un chef de projet, interlocuteur unique du maître d'ouvrage, qui fera le lien avec les équipes techniques allouées au projet.