



CAHIER DES CHARGES RÉALISATIONS VIDÉOS



RÉALISATION DE VIDÉOS TOURISTIQUES PROMOTIONNELLES ET DE VALORISATION DU PATRIMOINE DES PETITES CITES DE CARACTERE DE LA CHATAIGNERAIE CANTAL

Maître d'oeuvre :	Office de tourisme de la Châtaigneraie Cantalienne
Maître d'ouvrage	Communes de Montsalvy et Marcolès
Nom du projet :	Réalisation et montage de vidéos de promotion des Petites Cités de Caractère de la Châtaigneraie Cantalienne
Personne à contacter :	Marc Delbort
Adresse :	28 Avenue du 15 septembre 1945 15290 LE ROUGET
Tel :	04 71 46 94 82
Email :	mdelbort@chataigneraie-cantal.com

SOMMAIRE DE CE DOCUMENT

CONTEXTE	2
OBJECTIFS	4
PRESTATION ATTENDUE	4
ENJEUX ET SPÉCIFICATIONS	4
DÉFINITION DES VIDÉOS DIFFUSÉES DANS LES CITÉS	5
ÉLÉMENTS MIS À LA DISPOSITION DU PRESTATAIRE	5
THÈMES ET TYPES DE PRISES DE VUES ABORDÉS DANS LES TEASERS	6
THÉMATIQUE PATRIMOINE	6
THÉMATIQUE ANIMATIONS / AMBIANCE / VIE LOCALE	6
THÉMATIQUE ACTIVITÉS ET SITES NATURELS	7
TYPES DE PRISES DE VUES	7
LES PUBLIC CIBLE / AUDIENCE RECHERCHÉE	8
MODE DE DIFFUSION	8
STRATÉGIE DE COMMUNICATION	8
CESSION DES DROITS	8
DURÉE DE LA PRESTATION / CALENDRIER PRÉVISIONNEL	9
BUDGET	9
PRÉSENTATION DE LA RÉPONSE ET MODE DE VALIDATION	9
CONTACTS / INTERVENANTS	10
ANNEXES	10

Contexte

Trois cités médiévales de la Châtaigneraie cantalienne (Sud Ouest du département du Cantal) ont été homologuées Petites Cités de Caractère® en 2016. Elles souhaitent promouvoir leur patrimoine et leur destination par la réalisation et la diffusion de vidéos de découverte / promotionnelle.

Le projet de valorisation du patrimoine

Les cités médiévales de Montsalvy, Marcolès et Laroquebrou situées en Châtaigneraie Cantalienne (Sud Ouest du département du Cantal) ont participées à l'appel à projets "Démarche d'excellence patrimoniale et touristique – Catégorie 2 : patrimoine de caractère" lancé en 2016 par la région Auvergne dans le cadre du FEADER (Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural).

Leurs projets de valorisation du patrimoine s'accompagnent d'une dimension numérique alliant circuit de découverte sur site et médias de promotion informatiques.

Il existe actuellement un parcours de découverte pour chaque cité médiévale. Ceux-ci sont disponibles aux formats papier et numérique. Ils présentent en moyenne une dizaine de points d'intérêts patrimoniaux tels que : château, église, ruelles, édifices etc.

En version papier les indications permettent aux visiteurs de parcourir la ou les cités de leur choix guidés par des informations historiques relatives à chacun des points d'intérêt. En version numérique, les textes de la version papier sont repris à l'identique (affichés sur page web) mais sont agrémentés de plusieurs photos et peuvent être complétés par une version audio guidant le visiteur d'un point à l'autre en lui indiquant le cheminement depuis le point de départ de la visite.

Par ailleurs, un projet de création d'une application mobile dédiée à la visite des trois petites cités de caractère de la Châtaigneraie Cantalienne est en phase de réflexion.

Petites Cités de Caractère®

Le concept Petites Cités de Caractère® met en valeur des communes atypiques, à la fois rurales par leur implantation, leur population limitée, et urbaines par leur histoire et leur patrimoine de qualité. Le projet consiste à fédérer les différents acteurs autour d'un objectif commun : **la sauvegarde et la valorisation du patrimoine comme leviers de développement du territoire.**

Dans les Petites Cités de Caractère®, le patrimoine, l'urbanisme et l'architecture, moteurs d'intégration et de lien social, permettent de redynamiser économiquement ces anciennes cités, en se basant sur leurs fonctions de centralité passées ou présentes, en développant un tourisme culturel et patrimonial toute l'année.

Objectifs

Dans le cadre des projets de valorisation du patrimoine des Petites Cités de Caractère de la Châtaigneraie cantalienne (Montsalvy, Marcolès et Laroquebrou), le prestataire sélectionné sera en charge de la réalisation et du montage d'une vidéo promotionnelle de présentation de chacune des cités médiévales.

Il conviendra donc de concevoir trois films principaux qui auront chacun pour vocation d'être diffusés "in situ" dans chaque cité. Chaque film se composera d'une partie présentant la cité dans laquelle le public de la vidéo se trouve mais aussi d'une partie commune de promotion des 2 autres Petites Cités de Caractère à découvrir en Châtaigneraie.

Ces 3 films seront déclinés en plusieurs clips thématiques de courte durée à vocation de teasing et en vue de leur diffusion majoritairement sur le web notamment sur les réseaux sociaux.

Prestation attendue

Afin de promouvoir sur le web, avant le séjour des touristes, et de permettre la découverte des cités au cours du séjour, les vidéos principales et leurs déclinaisons "teasers" s'adresseront donc à la fois aux futurs touristes mais aussi aux visiteurs déjà sur place.

Les vidéos et leurs déclinaisons courtes permettront de susciter l'attrait d'une visite des cités en développant une présentation immersive qui pourra s'appuyer sur un storytelling en lien avec les publics cibles détaillés ci-après.

La captation pourra être réalisée quand les conditions météo et la fréquentation touristique seront optimales et donc se dérouler sur une période de plusieurs semaines.

Enjeux et Spécifications

Si le prestataire devra apporter son expertise quant au choix de la scénarisation et du montage des films, il devra tout de même inclure un certain nombre de thèmes et de prises de vues définis.

La vidéo principale de présentation et de promotion de chaque cité aura une vocation plutôt informative et pédagogique dans une première partie individualisée mais devra aussi développer dans un deuxième temps un volet promotionnel commun incitant à visiter chacune des autres Petites Cités de Caractère et par extension la destination Châtaigneraie elle-même.

Chaque film pourra donc se composer de divers médias : photos et vidéos d'archives, interviews, voix off, prises de vues aériennes, etc.

Les teasers seront le premier contact des touristes avec la destination. Ils auront pour but de capter l'attention des internautes et susciter l'attrait de concrétiser une visite sur place. Ils seront réalisés dans une optique plutôt "publicitaire" et devront donc être adaptés selon les thématiques et publics cibles définis dans ce document.

Pour chaque cité, plusieurs teasers thématiques se composant chacun de deux parties distinctes seront à réaliser. Les thèmes à mettre en valeur seront : les animations (événementiels, ambiance générale et vie locale), le patrimoine (monuments, visites guidées, expositions), les activités et sites naturels (loisirs et sites à découvrir) et la gastronomie. Chaque teaser devra ainsi présenter une première partie thématique centrée sur l'une des cités puis présenter un volet commun à l'ensemble des cités afin de susciter l'envie du public de découvrir les autres cités.

Par exemple, un teaser “Animations à Laroquebrou” comportera en premier lieu un panel d’images représentatives des évènements et de l’ambiance générale de la cité suivi d’une conclusion générique commune aux trois cités.

Ainsi il s’agirait de réaliser au total trois vidéos “longue durée” accompagnées d’une dizaine de teasers thématiques.

Type de livrable	Durée	Diffusion prévue	Qualité
1 film par cité avec une partie individuelle et un volet commun	10 à 15 minutes max	écran dynamique dans un espace d’accueil	Basse et Haute Def 4k optionnelle
plusieurs teasers thématiques pour chaque cité déclinés sur le même principe thème individuel + volet commun	30 secondes à 1 minute	internet, réseaux sociaux etc.	

Définition des vidéos diffusées dans les cités

Les vidéos dites “principales” sont donc les supports pédagogiques destinés à informer les visiteurs lors de leur passage dans l’espace de diffusion prévu à cet effet.

Elles devront se composer de deux parties distinctes. Ces deux parties seront par exemple réparties entre un premier volet représentant les deux tiers ou trois quarts de la durée totale de la vidéo et servant à mettre en valeur la cité dans laquelle se trouve le visiteur ; et une deuxième partie faisant office de bande annonce promotionnelle des deux autres cités à visiter.

Première partie informative

Ainsi le montage global d’une ces 3 vidéos pourrait se décliner sur 10 à 12 minutes en incluant divers plans et séquences sur la cité présentée au cours desquels il conviendra de :

- situer le contexte historique et géographique de la cité
- présenter le parcours de balade au travers d’images des monuments à découvrir
- présenter l’ambiance générale de vie de la cité (évènements, activités, etc.)

Deuxième partie promotionnelle

La seconde partie du montage global se déroulera sur 3 à 5 minutes et aura pour objectif de présenter la philosophie générale des Petites Cités de Caractère et notamment les deux autres cités de la Châtaigneraie cantalienne. Dans ce volet promotionnel il faudra susciter l’envie de visiter ces deux autres cités médiévales grâce à des plans et séquences regroupés en un montage plus rythmé et plus axé sur la l’attractivité des sites.

Eléments mis à la disposition du prestataire

Afin de permettre la réalisation des divers plans et séquences qui composeront les films d’information, il pourra être mis à la disposition du prestataire retenu :

- des éléments tels que la liste des points de visite et leur description,
- des textes de présentation sur l’histoire des cités,
- les contacts des personnes ressources qui pourraient être interviewées

D’autres médias ou informations utiles pourront aussi être fournies à la demande du prestataire.

Thèmes et types de prises de vues abordés dans les teasers

Afin de promouvoir les cités au travers des films, les évènements majeurs, les activités de loisirs, les sites naturels à proximité mais surtout le patrimoine bâti devront être présents dans les vidéos réalisées et notamment les thématiques listées ci-après.

Thématique Patrimoine

Elément majeur du projet de valorisation des Petites Cités de Caractère, la découverte du patrimoine constitue un axe incontournable à promouvoir dans les vidéos notamment au travers des sujets suivants :

LAROQUEBROU	MARCOLES	MONTVALVY
<ul style="list-style-type: none"> • Les 10 points de visite listés actuellement dans les parcours CIRKWI et autres points éventuels qui restent encore à définir • Expositions Atrium et Château • Visites nocturnes de la cité 	<ul style="list-style-type: none"> • Les 11 points de visite listés actuellement dans les parcours CIRKWI et autres points éventuels qui restent encore à définir • la saboterie et la forge • Artisans rue Longue • Visites de ville 	<ul style="list-style-type: none"> • Les 12 points de visite listés actuellement dans les parcours CIRKWI et autres points éventuels qui restent encore à définir • Expositions réfectoire des moines • Intérieur auvergnat la Catine • Visites de ville

Thématique Animations / Ambiance / Vie locale

Favoriser l'envie de découvrir les cités médiévales passe également par la mise en valeur des animations et événementiels variés proposés sur ces communes. Il faudra aussi parvenir à transmettre l'ambiance générale que les touristes pourront expérimenter lors de leur séjour.

LAROQUEBROU	MARCOLES	MONTVALVY
<ul style="list-style-type: none"> • Fête médiévale 1er weekend août • Boogie Woogie 9 au 12 août 2018 • La Mangona Mars 2019 • Laroquapattes Mars 2019 • les mardis musicaux Juillet/Août • Foire du Livre Novembre 2018 • Marché hebdo tous les vendredi en juillet /août et 2eme et 4eme du mois le reste de l'année • Commerces • hébergements touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> • les Nuits de Marcolès 18 au 21 juillet 2018 • Lez'arts de la rue 14 et 15 août 2018 • Critérium cycliste 1er août 2018 • Salon des métiers d'art Novembre 2018 • Enduro de Marcolès septembre • Commerces • hébergements touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Fête des paniers fin juillet • Stages de vannerie juillet automne et printemps • Ronde de la Châtaigneraie Novembre 2018 • Marché d'art et artisanat juillet • Marché hebdo les jeudi • Commerces • hébergements touristiques

Thématique Activités et sites naturels

Toujours dans le but de communiquer l'attrait de venir découvrir soi même la destination aux internautes comme aux touristes, la mise en scène des loisirs à pratiquer et sites à visiter devra faire partie intégrante des visuels à réaliser.

LAROQUEBROU	MARCOLES	MONTSALVY
<ul style="list-style-type: none">• Activités nautiques lac de St Etienne Cantalès• La rivière (pêche)• La Randonnée (GR et PR)	<ul style="list-style-type: none">• Activités vallée de la Rance (rosalies vtt)• Randonnée (PR)• Trou du diable• Côté jardin balnéo	<ul style="list-style-type: none">• Activités et points de vues sur la vallée du Lot (canoë)• La Randonnée (GR et PR)• Vallée des daims• Plan d'eau de pêche

Thématique commune Gastronomie

Autre axe majeur de la destination, la gastronomie est un point incontournable qui pourrait être traité de manière plus globalisée à l'échelle de la Châtaigneraie dans son intégralité. Les Chefs, les producteurs, les produits locaux seront donc à mettre en valeur via les propositions suivantes :

- Restauration
 - Auberge de la Tour
 - Auberge Fleurie
- Salaisons "autour du cochon"
 - Pierre talon
 - Clément Plantecoste
 - Le Roquet
 - Servan
 - Brunhes
- Miel et hydromel à Marcolès
- Fromages
 - Clémence Nicolaï
 - Famille Broha
- Vins
 - Famille Broha
- La Châtaigne
 - Divers points de vues à envisager sur le ramassage, séchage, épluchage du fruit mais aussi sa transformation

Types de prises de vues

A minima les réalisations devront inclure les types de prises de vues suivantes :

- 1 vue aérienne de chacune des 3 cités
- divers plans d'ambiance des cités (fixes, travelling, panoramique...)
- divers plans de mise en scène de personnages
- divers plans de type interview notamment pour les films "longs"

Les montages pourront également intégrer des textes, informations, ou effets incrustés dans les plans afin de faciliter la compréhension, mettre en valeur un élément, et plus généralement susciter l'intérêt ou l'émotion.

Les public cible / audience recherchée

La vidéo principale de chaque cité s'adresse en premier lieu aux touristes (familles, individuels, groupes) en phase de séjour sur le territoire de la Châtaigneraie et plus précisément pendant leur découverte des cités médiévales de Montsalvy, Marcolès et Laroquebrou. Elle doit également s'adresser aux visiteurs "locaux" en leur apportant une autre vision de leur lieux de vie et les inciter à en devenir des ambassadeurs.

Les teasers, quand à eux, s'adresseront principalement aux touristonautes en phase de recherche d'informations sur internet avant leur séjour. C'est pourquoi ces médias devront favoriser le souhait d'en apprendre plus au sujet de la cité médiévale présentée.

Mode de diffusion

Chaque vidéo "longue" sera intégrée à un système de diffusion in situ dans les trois cités médiévales. Il se concrétisera par exemple par un écran dynamique installé dans un lieu d'accueil du public dédié à la consultation de la vidéo (l'espace pourrait se situer dans le point accueil de l'office de tourisme local ou dans un local d'accueil du public destiné spécifiquement à promouvoir la visite de la cité).

Les teasers seront pour leur part diffusés principalement par le biais de réseaux sociaux et sites web mais pourront être également intégrés à d'autres supports tels que les écrans dynamiques de l'office de tourisme...

Stratégie de communication

Les cités de Montsalvy Marcolès et Laroquebrou, peuvent être visitées à l'aide des mêmes supports d'informations (papier, numériques et future application mobile).

Afin de favoriser leur notoriété et donc d'inciter du public à venir découvrir ou re-découvrir le patrimoine qui constitue ces sites, les vidéos principales et leurs versions courtes pourront être utilisées dans la stratégie de communication des communes elles mêmes et de la destination Châtaigneraie dans son ensemble.

Les canaux numériques tels que : les sites web des communes, de la communautés de communes, de l'office de tourisme, des Comités départementaux et régionaux du tourisme, les réseaux sociaux etc. seront donc utilisés pour promouvoir ces vidéos.

Une conférence de presse, et des partenariats avec des blogueurs pourront aussi être mis en place.

Cession des droits

Le prestataire retenu cédera aux 3 communes, à titre exclusif, l'ensemble des droits d'exploitation afférents aux vidéos qu'il aura réalisées, tels que formulés dans les articles L122-2 et L122-3 du Code de la Propriété Intellectuelle.

Ces droits comprennent les droits de représenter et de reproduire, y compris celui d'utiliser dans le cadre d'œuvres composites ainsi que dans le cadre d'œuvres collectives, tout ou partie des clichés visés dans le présent cahier des charges. Le prestataire retenu acceptera la cession du droit d'utilisation secondaire à l'office de tourisme de la Châtaigneraie Cantalienne.

La cession des droits sera étendue au monde entier, sous réserve que les communes passent avec les tiers, tous les contrats utiles à l'exploitation non commerciale des photographies. Les communes respecteront le droit moral des réalisateurs et la titularité des droits. Le ou les réalisateurs retenus communiqueront aux communes, les mentions obligatoires à faire apparaître pour chaque utilisation.

Durée de la prestation / Calendrier prévisionnel

Réception des réponses jusqu'au vendredi 4 mai 2018 inclus.

En vue d'un début de diffusion in situ dans les espaces d'accueil en saison estivale 2019, et d'un teasing sur internet dès l'hiver 2018/2019 le travail de réalisation de la / des vidéo(s) pourra débuter dès le mois de juin 2018

Le prestataire aura donc la possibilité de réaliser la/les vidéo(s) quand les conditions météo et la fréquentation touristique seront optimales.

Budget

Le devis relatif à ce projet devra être détaillé avec les divers postes de dépenses prévus dans le cadre de la mise en oeuvre du projet (conseils, création, frais techniques, etc.) et les prix seront fermes une fois le prestataire retenu.

Présentation de la réponse et mode de validation

La réponse proposée à ce projet sera transmise par voie électronique à : mdelbort@chataigneraie-cantal.com ou par voie postale à l'adresse suivante :

Office de tourisme de la Châtaigneraie Cantal
28 avenue du 15 septembre 1945
15290 LE ROUGET

Elle sera composée des éléments suivants :

- une proposition de scénario pour une vidéo principale
- une proposition de scénario pour un teaser
- une présentation du prestataire
- un portfolio ou book avec liens vers des réalisations et références
- un calendrier prévisionnel de la mise en oeuvre de la réalisation
- un devis détaillant les postes de dépenses prévus

Contacts / Intervenants

Les communes de Montsalvy, Marcolès et Laroquebrou

Montsalvy

<http://www.montsalvy.fr/> - 04 71 49 20 10

11 rue Marcellin Boule 15120 Montsalvy

Marcolès

<http://marcoles.fr/> - 04 71 46 98 98

Le bourg - 15220 Marcolès

Laroquebrou

<http://www.laroquebrou.fr/> - 04 71 46 00 48

Le bourg - 15150 Laroquebrou

Office de tourisme de la Châtaigneraie Cantal

Directeur : Laurent Balmisse

Chargé du projet : Marc Delbort

28 avenue du 15 septembre 1945

15290 LE ROUGET

Tel 04 71 46 94 82

mail : mdelbort@chataigneraie-cantal.com

Annexes

Afin de permettre une meilleure compréhension du contexte et des objectifs du projet, divers documents, et médias sont disponibles ci-après :

- Carte Touristique Châtaigneraie
- Dépliants de parcours de visites
- Liens vers les sites et supports numériques de promotion actuels
 - Site web Office de tourisme de la Châtaigneraie
<http://www.chataigneraie-cantal.com/index.php/fr/que-voir-2/cites-medievales>
 - Site web Montsalvy
<http://www.montsalvy.fr/>
 - Site web Marcolès
<http://marcoles.fr/>
 - Site web laroquebrou
<http://www.laroquebrou.fr/>
 - Parcours de visites sur l'application CIRKWI
<https://www.cirkwi.com/fr/circuit/35284-cite-medievale-de-la-roquebrou>
<https://www.cirkwi.com/fr/circuit/35468-cite-medievale-de-marcoles>
<https://www.cirkwi.com/fr/circuit/35383-cite-medievale-de-montsalvy>
- Charte graphique Petites Cités de Caractère® <https://goo.gl/Drkchd>