



CAHIER DES CHARGES

Réalisation de vidéos valorisant le tourisme durable à travers ses paysages et ses professionnels engagés

Maîtrise d’Ouvrage :

Hérault Tourisme
Avenue des Moulins
34184 MONTPELLIER Cedex 4

Objet du marché : Réalisation de vidéos valorisant le tourisme durable à travers ses paysages et ses professionnels engagés.

Date et heure limite de réception des offres : Vendredi 23 juin 2023 à 19h00

Durée de validité des offres : 3 mois à compter de la date limite de réception des offres.

I. CONTEXTE :

Alors que le secteur du tourisme, en pleine sortie de crise, doit porter le développement durable comme priorité avec un projet de transition écologique fort et attractif, l’ADEME missionne en 2021 les structures institutionnelles **Hérault Tourisme, le Pays Cœur d’Hérault et le Parc naturel régional du Haut-Languedoc** pour déployer de manière opérationnelle le Fonds Tourisme Durable dans l’Hérault.

Le Fonds Tourisme Durable soutient le financement d’investissements et/ou d’études pour les restaurateurs et hébergeurs désireux de s’investir dans la transition écologique.

Pour mener à bien cette mission les 3 structures se sont organisées en collectif dans l’objectif de capitaliser sur leurs moyens et de travailler sur des actions communes. Ce projet de vidéos s’inscrit pleinement dans cette dynamique avec un projet commun porté par le collectif pour lequel Hérault Tourisme occupe le rôle de maître d’ouvrage.

Hérault Tourisme :

Chiffres clé : Avec plus de 200 000 lits marchands (hors résidences secondaires) et 54.8 millions de nuitées en 2022, l'Hérault est le 1er département touristique d'Occitanie. Une offre d'activités touristiques et de loisirs diversifiée : 2 Grands Sites de France, 3 Grands Sites en projet, 7 Grands Sites Occitanie, 17 sites d'exception, 4 sites UNESCO...

Hérault Tourisme fédère l'ensemble des acteurs du tourisme et agit en collaboration étroite avec, le réseau des 22 Offices de Tourisme (qu'elle anime en tant que relai départemental), les collectivités territoriales, EPCI, Parc et Pays, et les filières et réseaux professionnels (UMIH, GNI, HPA, GDF, réseaux...).

Elle travaille également en synergie avec le niveau régional par une coordination stratégique et la mutualisation d'actions avec le CRT Occitanie (notamment sur le marketing et le volet tourisme Durable).

Hérault Tourisme prépare et met en œuvre la politique du tourisme et des loisirs (schéma voté par l'assemblée départementale). Ce document stratégique est le fil rouge de la cohérence globale des actions engagées sur le terrain, en étroite concertation /collaboration avec les partenaires territoriaux et les réseaux professionnels. Ce nouveau schéma, voté en novembre 2022 se structure autour de 4 axes et de 16 actions afin d'accompagner la transition du tourisme vers un modèle plus vertueux, inclusif et respectueux des habitants et des ressources.

Les 4 axes: s'adapter aux évolutions climatiques et aux enjeux environnementaux, décarboner les mobilités touristiques et organiser les flux, répondre aux enjeux du marché en renforçant les filières concurrentielles déjà ancrées dans un positionnement durable, adapter la gouvernance aux nouveaux défis (place des habitants, dispositifs d'observation intégrant les enjeux du durable, participation des acteurs de l'environnement aux instances de pilotage).

Il est d'autant plus important de rendre notre offre touristique la plus respectueuse possible de l'environnement que notre littoral, nos « Espaces Naturels Sensibles », nos grands sites sont parmi nos plus beaux atouts touristiques. Mais ils sont aussi très vulnérables face à la montée des températures et aux conséquences du changement climatique (érosion du littoral, risques inondations, canicules, sécheresse...). Dans un contexte de crise économique, il est souhaité que le futur du tourisme héraultais soit résilient, inclusif, accessible et respectueux des habitants. Les enjeux sont multiples : développement des itinérances et mobilités douces, accompagnement des professionnels dans le virage du numérique et dans la transition écologique, élargissement des destinations et mise en place de parcours pour répartir les flux et éviter les risques de surfréquentation.

L'accompagnement des professionnels pour un tourisme durable se veut toujours plus important avec en 2022, 53 labellisés Clef Verte soit +26 % en 1 an, 80 accompagnements à la transition écologique, 215 labellisés Accueil Vélo (+29 % en 1 an), 106 labellisés Tourisme & Handicap et 80 nouveaux établissements distingués « Hérault accessible », 270 prestataires formés à la transition digitale.

Le Pays Coeur d'Hérault :

Chiffres clés : 77 communes, 80.000 habitants, 3 Communautés de communes, 3 Offices de tourisme (110.000 visiteurs par an) 280.000 nuitées marchandes / 2,4 M de nuitées non marchandes.

Le Pays Coeur d'Hérault est un territoire rural présentant un patrimoine naturel et culturel préservé avec :

- 3 Grands sites :« Gorges de l'Hérault », « Cirque de Navacelles », « Lac du Salagou – Cirque de Mourèze »
- Une partie du territoire appartenant au « Bien Unesco Causses et Cévennes », inscrit au patrimoine mondial en tant que paysages culturels de l'agropastoralisme

- Une majorité du territoire concerné par des zonages environnementaux (70% de l'espace)

Le territoire est engagé sur des programmes structurants dans le développement durable, affichés dans un document stratégique : La Charte de développement du Pays Coeur d'Hérault 2014-2025. (Impulser une gestion durable et innovante, associant préservation du patrimoine, accueil maîtrisé d'un large public, développement local et retombées économiques).

Le territoire a inscrit dans ses priorités une stratégie de destination durable et d'excellence, axée autour de ses Grands Sites, des activités de pleine nature et de la valorisation de ses produits locaux à travers notamment le label national « Vignobles & Découvertes » depuis 2015 (réseau de plus de 120 professionnels adhérents)....

Outre les obligations et engagements liés au classement, les Offices de tourisme du territoire s'engagent à pratiquer et promouvoir un tourisme durable :

- Envers le grand public : préconisations de bonnes pratiques sur les espaces naturels, promotion d'activités et d'évènements qui incitent à la découverte respectueuse du territoire.
- Envers les professionnels du tourisme et de l'événementiel : sensibilisation et accompagnement pour l'obtention de labels et certification vertes ou durables, mise à disposition de matériel «Eco-évènements »
- Baisse progressive des éditions touristiques imprimées vers un objectif zéro papier / Installation de bornes numériques.
- Favoriser les mobilités douces auprès des visiteurs : navettes gratuites et saisonnières ; développement de solutions alternatives (covoiturage, autostop : Picholines et Rézo pouce), pistes cyclables, mise en place du projet « Escapades nature sans voiture » entre les 3 Grands sites du territoire.
- Démarche de valorisation des produits locaux dans les boutiques des Offices de tourisme (cahier des charges exigeant, favorisant les circuits courts).

Le Parc naturel régional du Haut-Languedoc:

Ce sont 118 communes dans le Tarn et l'Hérault réunies autour d'un même projet de territoire ayant pour vocation d'œuvrer au développement économique, culturel et social du territoire, tout en préservant et valorisant la richesse de son patrimoine naturel et culturel unique et en mettant en place un ensemble d'actions de développement durable, avec et au service des habitants, partenaires et acteurs locaux.

En matière de tourisme durable, le Parc avec sa stratégie de développement touristique durable à travers la destination « Parc naturel régional » encourage un tourisme respectueux de la nature, des habitants et du territoire, et répond à la demande d'un public en recherche de nature, de rencontres et de séjours écoresponsables.

Outre sa mission de développement d'une offre d'activités de pleine nature, de pratiques de loisirs respectueuses de l'environnement, et d'un maillage territorial (en lien avec les autres territoires voisins) de mobilités douces, le Parc accompagne également des professionnels (hébergeurs, sites d'accueil, prestataires d'activités de pleine nature, producteurs) souhaitant s'engager dans une dynamique de tourisme durable au travers de la marque Valeurs Parc. Cette marque Valeurs Parc naturel régional du Haut-Languedoc offre le choix d'une consommation éthique et écoresponsable. 3 valeurs fondamentales la constitue :

- l'attachement au territoire : par le lieu de l'activité, la valorisation du territoire et la préservation de ses richesses.
- la préservation de l'environnement : par le développement de pratiques écoresponsables, la valorisation des ressources naturelles et leur reconnaissance.
- la dimension humaine de l'activité : par l'intérêt porté à un accueil privilégié, ainsi que la rencontre et le partage avec le prestataire.

Aujourd'hui, près de 180 professionnels sont engagés au côté du Parc naturel régional du Haut-Languedoc et participent au développement d'une offre de tourisme durable pertinente sur le territoire.

2. OBJET DE LA CONSULTATION :

Fort de leur expérience en matière de tourisme durable et de leur collectif en faveur du déploiement du Fonds Tourisme Durable sur leur territoire, Hérault Tourisme, le Pays Cœur d'Hérault et le Parc naturel régional du Haut-Languedoc souhaitent grâce à des vidéos illustrer leur action sur le terrain. N'étant pas encore forcément toutes reconnues comme des destinations estampillées "Tourisme durable", le collectif souhaite disposer de vidéos montrant leur engagement et leur permettant de se distinguer d'autres destinations avec un ton et/ou une forme innovante, originale voire décalée et/ou humoristique.

Dans un objectif de promotion d'avant-séjour, de découverte des différents territoires, de valorisation sur le web (supports numériques et réseaux sociaux des différents partenaires), les vidéos principales et leurs déclinaisons "teasers" s'adresseront à la fois aux futurs touristes mais aussi aux visiteurs déjà sur place ainsi qu'aux habitants ou visiteurs "locaux" en leur apportant une autre vision de leur lieux de vie et en les incitant à en devenir des ambassadeurs de leur territoire.

Le prestataire devra apporter son expertise pour la scénarisation et du montage des films et ce dans un esprit "décalé", tout en incluant un certain nombre de thèmes et de prises de vues définis. Les professionnels, les lieux, les thématiques seront proposés par le collectif lors de la première réunion de cadrage.

Ainsi il s'agirait de réaliser au total :

- 9 capsules (3 capsules thématiques par destination)
- 3 vidéos "longue durée" : 1 vidéo par destination réalisée à partir des teasers
- 1 vidéo générique à l'échelle départementale conçue à partir des vidéos des 3 territoires

Type de livrable	Durée	Diffusion prévue	Livrables
3 capsules thématiques par destination déclinés sur le même principe (partie individuelle et volet commun)	30 s	Site Web, réseaux sociaux, Salons, conférences de presse, partenariats blogueurs	Les BAT seront déposés sur une plate-forme (du type Vimeo) avec les vidéos à télécharger à la résolution que l'on souhaite.
1 film par Destination avec une partie individuelle et un volet commun (fil rouge, ton "décalé")	2 / 3 mn	Ecran dans Offices de tourisme Site web des Offices de Tourisme, Comité Départemental et Régional du Tourisme Salons, conférences de presse, partenariats blogueurs	Les BAT seront déposés sur une plate-forme (du type Vimeo) avec les vidéos à télécharger à la résolution que l'on

			souhaite.
1 vidéo générique à l'échelle départementale conçue à partir des vidéos des 3 territoires	4 / 5 mn	- Ecran dans Offices de tourisme - Site web des Offices de Tourisme, Comité Départemental et Régional du Tourisme - Salons, conférences de presse, partenariats blogueurs	Les BAT seront déposés sur une plate-forme (du type Vimeo) avec les vidéos à télécharger à la résolution que l'on souhaite.

Pour chaque territoire, plusieurs teasers thématiques seront à réaliser.

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.

La vidéo générique ainsi que la vidéo principale de présentation de chaque destination auront une vocation plutôt informative et pédagogique.

Les vidéos et leurs déclinaisons courtes permettront de susciter l'envie de prendre le temps de la découverte grâce à la valorisation des différentes destinations touristiques et de leurs actions en faveur du tourisme durable.

Chaque vidéo pourra se composer de :

- divers médias : photos et vidéos, interviews, voix off, etc..
- de vues aériennes (prises de vue en drone)
- d'effets visuels (time lapse, vidéos immergées, etc.)
- plans au format "portrait"

L'objectif est de déterminer un scénario commun à toutes les vidéos, de définir le ton et ensuite d'en assurer la réalisation.

Les montages pourront 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.

3. MODALITES DE REALISATION DE LA MISSION

Durée de la prestation / Calendrier prévisionnel

Réception des réponses jusqu'au vendredi 23 juin 2023 à 19h00.

Prestataire sélectionné informé le mercredi 28 juin 2023

Première réunion de cadrage le vendredi 30 juin 2023

La mission sera partagée en trois phases (phases modulables) :

- Première phase (juillet) : écriture des synopsis et organisation du tournage.
- Seconde phase (septembre - octobre) : tournage.
- Troisième phase (octobre-novembre) : montage et finalisation des films.

La remise définitive des vidéos aura lieu impérativement au plus tard le 30 novembre 2023.

Budget

Le budget dévolu à ce projet est de 9000€ TTC.

Prix de la prestation

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 :

- coûts de réalisation
- coûts de production
- intégration de la cession des droits d'exploitation des vidéos montées
- frais techniques
- frais de déplacement

Les frais de figuration devront apparaître en option.

Les prix seront fermes une fois le prestataire retenu.

Les prix devront être indiqués en HT et TTC

Présentation de la réponse et mode de validation

La réponse proposée à ce projet sera transmise par voie électronique à chaque membre du collectif (contacts en paragraphe 9.)

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

Figuration (en option)

Les tournages, en fonction de leur nature, pourront être organisés avec des figurants. Pour cela le prestataire pourra faire appel à ses frais à des agences, en accord avec le collectif, ou à des figurants volontaires en rapport avec la thématique. Le recrutement et les prises de rendez-vous avec les figurants seront réalisés par le prestataire. L'agence s'assurera de la signature du droit à l'image. Chacune de ces personnes fera l'objet d'une autorisation d'exploitation et de diffusion. Une copie de l'ensemble des autorisations sera transmise au maître d'ouvrage.

Repérage

Si nécessaire, les repérages seront effectués par le prestataire, accompagné par le collectif le cas échéant.

Gouvernance

Hérault Tourisme assurera le pilotage du projet. Le collectif sera mobilisé pour toutes les étapes de réflexion et de validation.

Une première réunion de lancement sera organisée à l'initiative du prestataire afin de donner tous les éléments de cadrage et récupérer tous les contacts et informations nécessaires.

Une dernière réunion viendra clôturer la mission avec la présentation des versions beta des vidéos. Pour chacune des vidéos, un BAT sera proposé. La validation des BAT sera réalisée par l'ensemble du collectif.

Des points de travail réguliers devront être organisés en privilégiant le virtuel avec des outils de présentation adaptés.

4. ANALYSE DES OFFRES ET PAIEMENT

Critères d'attribution

Le collectif (Hérault Tourisme, Le Pays Coeur d'Hérault et Le Parc naturel régional du Haut-Languedoc) notera les candidatures sur la base de la pondération suivante :

- Le tarif : 30 %
- L'expérience et la créativité proposée : 40 %
- Les modalités de travail et la capacité à réaliser les mises en scènes : 30 %

Modalités de paiement

Le montant total de la prestation devra être divisé en 3 parts égales pour une facturation à chaque membre du collectif, et ce à chaque échelonnement.

Hérault Tourisme : le paiement sera effectué par chèque à réception de factures.

Le Pays Coeur d'Hérault et le Parc naturel régional du Haut-Languedoc : le paiement s'effectuera à réception de facture selon les règles des finances publiques.

Le règlement de la mission se fera de manière échelonnée :

- A l'issue de la phase 1 (Ecriture des synopsis et organisation du tournage) : 30 %
- A l'issue de la phase 2 (Finalisation du tournage) : 30%
- A la fin de la prestation (Finalisation de la mission) : 40%

Les factures seront établies et mandatées après certification du service fait.

Le solde sera versé à l'achèvement complet de la mission et de la remise de l'ensemble des éléments demandés.

5. CESSIONS DES DROITS

Le prestataire retenu cédera au collectif (Hérault Tourisme, Pays Coeur d'Hérault et Parc naturel Régional du Haut Languedoc), 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 aux Offices de Tourisme du département de l'Hérault.

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 Offices de Tourisme, les mentions obligatoires à faire apparaître pour chaque utilisation.

Il est précisé le contenu de ces droits :

- Le droit d'usage : Il s'agit du droit d'exploiter l'ensemble des éléments conçus dans le cadre de nos opérations, aux fins d'effectuer toute forme de traitement, à quelque titre que ce soit.
- Le droit de reproduction : Le droit de reproduire ou de faire reproduire l'ensemble des éléments conçus dans le cadre de l'opération, sur tout support, notamment numérique, CDROM, DVD ou tout autre support informatique ou électronique, connu ou inconnu, actuel ou futur, et ce

sans limitation de format et sans limitation de nombre, y compris le droit d'extraire des photos pour une utilisation sur les supports web et print du collectif et de leurs partenaires.

- Le droit d'adaptation : Le droit d'adapter, de faire adapter l'ensemble des éléments conçus dans le cadre de l'opération, de les faire évoluer, d'en intégrer tout ou partie vers ou dans des œuvres existantes ou à venir, et sur tout support mentionnés au présent article.
- Le droit de représentation : Le droit de représenter l'ensemble des éléments conçus dans le cadre de l'opération, de diffuser ou de faire diffuser, de quelque manière que ce soit, par tout procédé, quel qu'il soit, connu ou inconnu à ce jour, et notamment par tous réseaux de télécommunications, actuels ou futurs, et ce sur tout support et en tout format, directement ou par l'intermédiaire d'un tiers ou organisme.
- Partenariat : Dans le cadre de sa stratégie, le collectif est engagé dans une politique de mutualisation avec un certain nombre de partenaires et prestataires. L'ensemble des images réalisées dans le cadre de cette prestation a vocation à intégrer les vidéothèques des membres du collectif.
- Droits à l'image : Les films peuvent représenter des lieux, bâtiments, monuments architecturaux, œuvres, objets et marques protégés et déposés ainsi que des personnes et animaux protégés (par le droit d'auteur-articles L-111-1 à L.132 du code de la propriété intellectuelle- et par le droit à l'image et à la propriété-article 9 et 544 du code civil). Il appartient au prestataire retenu de négocier directement avec les titulaires de ces droits les autorisations nécessaires à l'utilisation des images (publication, reproduction, représentation) en faisant signer une décharge qui sera remise au collectif à l'issue de la prestation. En cas de litige, la responsabilité du prestataire est totalement engagée.

8. RÉSILIATION ET LITIGES

Règlement des différends et litiges

En cas de différends ou de litiges, le(s) titulaire(s) du marché peut remettre à Hérault Tourisme un mémoire exposant les motifs et indiquant les montants de leurs réclamations. En cas de litige, seul le droit français est applicable.

Résiliation

Hérault Tourisme peut, à tout moment, en cas de manquement de la part du prestataire aux engagements de la lettre de commande (par exemple : non-respect des délais de réalisation du marché), mettre fin à l'exécution des prestations faisant l'objet du présent marché avant l'achèvement de celles-ci, par une décision de résiliation du marché. Le(s) titulaire(s) du marché pourra être indemnisé du préjudice éventuellement subi du fait de cette décision. Hérault Tourisme évalue et fixe, s'il y a lieu, les indemnités à lui attribuer.

9. CONTACTS

Hérault Tourisme

David QUEFFELEC dqueffelec@herault-tourisme.com , 04 67 67 71 24

Géraldine LEFRANC glefrancverna@herault-tourisme.com , 04 67 67 64 49

Pays Coeur d'Hérault

Valérie Affre valerie.affre@coeur-herault.fr , 06 21 31 98 52

Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc

Anne Guillaumet velotourisme@parc-haut-languedoc.fr , 06 74 10 77 22