

# Cahier des charges pour la production de vidéos touristiques Fénelon - Lascaux - Sarlat (Intense Périgord Noir)

---

## 1. Contexte et objectifs

Les offices de tourisme de Sarlat, Lascaux et du Pays de Fénelon souhaitent produire des vidéos touristiques pour promouvoir la destination en s'appuyant sur leurs territoires. Ces vidéos valoriseront les atouts naturels, culturels et expérientiels de la région, avec une approche durable et engageante. Elles constitueront également une base de rushes libres de droits, réutilisables pour divers projets. À noter, les 3 offices de tourisme fourniront une assistance pour l'organisation des tournages (planning, réservation...).

---

## 2. Objectifs de communication

### Accroître la notoriété

- Positionner Sarlat - Lascaux comme une destination incontournable hors saison grâce à ses paysages, son patrimoine et sa gastronomie.
- Valoriser une approche responsable (écotourisme, mobilités douces) et des expériences uniques.

### Stimuler la fréquentation à l'année

- Promouvoir une destination attractive sur les quatre saisons, en mettant en avant les ailes de saison (printemps, automne).
- Cibler des segments spécifiques : couples actifs, familles et clientèles CSP++.

### Maximiser l'engagement digital

- Proposer des contenus courts, dynamiques et engageants, optimisés pour les réseaux sociaux.
- Inspirer et générer des interactions grâce à des séquences captivantes.

### Créer une banque d'images réutilisable

- Produire une bibliothèque de rushes vidéo et photo, utilisables pour des campagnes futures.

- Intégrer des contenus permettant une communication modulaire. (voir annexe 1)
- 

### 3. Structure des vidéos

#### Série 1 : Les 5 bonnes raisons de venir à Sarlat - Lascaux (Intense Périgord Noir)

- **Nombre** : 5 vidéos principales.
- **Durée** : 1 min 30 à 2 min.
- **Thématiques** :
  1. Préhistoire et monde souterrain.
  2. Châteaux et monde médiéval.
  3. Gastronomie, terroirs et paysages.
  4. Sports de plein air et slow tourisme.
  5. Les plus beaux villages et villes d'art et d'histoire.

#### Traduction des textes

Tous les éléments textuels présents dans les vidéos (titres, sous-titres, motion design, légendes intégrées) doivent être traduits dans les langues suivantes : **Anglais, Espagnol, Néerlandais, Italien et Allemand.**

- Les traductions doivent respecter le ton et le style des vidéos et être adaptées au contexte culturel des langues cibles.
- **Modalités techniques** :
  - Intégration des textes traduits dans des versions distinctes de chaque vidéo.
  - Livraison des fichiers vidéos avec sous-titres ou légendes intégrés dans chaque langue.

#### Série 2 : Les 4 saisons à Sarlat - Lascaux (Intense Périgord Noir)

- **Nombre** : 4 vidéos principales + 4 mini-clips.
- **Durée** : principales : 1 min à 1 min 30 ; mini-clips : 20 secondes.
- **Thématiques** : Hiver, Printemps, Été, Automne.
- **Exigences spécifiques** :
  - Ambiances spécifiques à chaque saison (couleurs, activités typiques).
  - Focus sur les paysages, les activités phares et les ambiances saisonnières.
- **Format des mini-clips** : Livrés en 16:9, pour une diffusion web et TV et en 9:16 pour les réseaux sociaux.

#### Série 3 : Le Périgord Noir autrement (Intense Périgord Noir)

- **Nombre** : 3 vidéos principales + 3 mini-clips.
- **Durée** : principales : 1 min à 1 min 30 ; mini-clips : 20 secondes.
- **Segments ciblés** :

- Couples actifs/Millennials (25-35 ans) : Slow tourisme, escapades nature.
- Familles : Activités ludiques et vacances nature avant saison.
- Couples CSP++ (40-55 ans) : Week-ends haut de gamme hors saison.
- **Exigences spécifiques :**
  - Valorisation des expériences adaptées aux cibles spécifiques.
  - Ambiance immersive et soignée pour les segments premium.
  - Mobilisation de figurants (à la charge des offices de tourisme) en accord avec la cible.
- **Format des mini-clips :** Livrés en 16:9, pour une diffusion web et TV et en 9:16 pour les réseaux sociaux.

### Exigences Techniques pour toutes les séries

- Vidéos principales en format horizontal (16:9) pour web et TV.
- Co-construction des scénarii avec les équipes des offices de tourisme (ambiance des séries et fil conducteur des vidéos).
- Adaptations courtes (20 secondes) également en format horizontal (16:9) et vertical pour les réseaux sociaux (9:16)
- En fonction des scénarii, des figurants seront mobilisés par les offices de tourisme.
- **Ambiance sonore cohérente :**
  - Toutes les vidéos doivent inclure une musique libre de droits, adaptée à chaque thématique.
  - Le prestataire devra proposer une sélection de morceaux pour chaque vidéo, soumis à validation avant leur intégration.
  - Les licences d'utilisation des musiques sélectionnées devront être fournies.

## 4. Exigences techniques et livrables

- **Formats vidéo :**
  - 16:9 pour les diffusions classiques et clips courts.
  - 9:16 pour les diffusions réseaux sociaux
- **Livrables :**
  - 12 vidéos principales (5 pour les bonnes raisons, 4 pour les saisons, 3 pour le Périgord Noir autrement).
  - 10 mini-clips (4 pour les saisons, 3 pour le Périgord Noir autrement, 3 additionnels pour les bonnes raisons).
  - Versions traduites des vidéos principales en 6 langues (français + 5 langues étrangères) uniquement pour la série "Les 5 bonnes raisons"
  - Minimum 20 rushs libres de droits par vidéo.

## 5. Calendrier

- **Tournage :** 2025 - 2026

- **Livraison finale** : 1er semestre 2026
  - **Remarque** : possibilité d'étaler les tournages sur 2 ans et/ou de séquencer par lot (un lot = une série).
- 

## 6. Modalités de l'appel d'offres

### Documents à fournir

- Portfolio et références.
- Proposition méthodologique et créative.
- Planning prévisionnel.
- Devis détaillé (incluant la cession des droits, frais de traduction et frais annexes).

### Critères de sélection

- Qualité technique et artistique : **50%**.
- Adéquation avec les objectifs de communication : **30%**.
- Budget : **20%**.

### Soumission de l'offre

- Envoi des offres et contact : [s.debarge@sarlat-tourisme.com](mailto:s.debarge@sarlat-tourisme.com)
- Délai : 10 février 2025 - 16 h 00.

## **ANNEXE 1 : communication modulaire**

### **1. Adaptabilité des contenus**

Les vidéos principales doivent être segmentables ou déclinables en plusieurs formats. Par exemple :

- Extraire des séquences de 10 à 20 secondes pour créer des teasers ou des vidéos spécifiques pour des campagnes sur les réseaux sociaux.
- Réutiliser certains plans ou rushs pour monter de nouvelles vidéos sur des thématiques complémentaires ou pour répondre à des besoins ponctuels.

### **2. Formats variés**

Les contenus doivent être livrés dans plusieurs formats pour répondre à des usages différents :

- **Web et TV** : vidéos principales en 16:9.
- **Réseaux sociaux** : mini-clips ou séquences spécifiques adaptées aux plateformes sociales (par exemple, des vidéos percutantes et courtes pour Facebook ou Instagram).
- **Matériel promotionnel** : extraits ou images fixes issues des vidéos pour des brochures ou présentations.

### **3. Réutilisation à long terme**

Les rushs libres de droits doivent être assez riches et diversifiés pour permettre :

- La création de vidéos spécifiques dans le futur (nouveaux montages à partir des plans existants, sans besoin de tournage supplémentaire).
- L'insertion dans d'autres projets de communication comme des campagnes publicitaires, des sites web, ou des projections événementielles.

### **4. Polyvalence des contenus**

- Les musiques, les textes ou les animations doivent pouvoir être modifiés ou traduits pour des campagnes internationales.
- Les vidéos doivent être universelles dans leur mise en scène (par exemple, en évitant des mentions datées) pour rester pertinentes plusieurs années.