

APPEL À CONSULTATION

CHALONNES-SUR-LOIRE
MARS 2020

CAHIER DES CHARGES



CRÉATION DE **DEUX VIDÉOS** PROMOTIONNELLES POUR
L'OFFICE DE TOURISME LOIRE LAYON AUBANCE

1. Objet du marché

Marché de service portant sur la création de deux vidéos attractives et promotionnelles de la destination Loire Layon Aubance. Une vidéo axée famille et une deuxième vidéo séduction axée vignoble et Loire pour refléter notre nouvelle marque de destination.

2. Le contexte

Le 1er janvier 2017, la Communauté de communes Loire Layon Aubance (CCLLA) est née de la fusion de 3 communautés de communes, Coteaux-du-Layon, Loire-Aubance et Loire Layon. Elle regroupe 19 communes et 57 000 habitants sur plus de 600 km².

Les vidéos devront être en adéquation avec la marque de territoire et la nouvelle charte graphique.

LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

Pour le territoire

- Accroître la notoriété de la destination (accueil presse et relais presse locale, actions marketing, réseaux sociaux...) en lien avec Anjou Tourisme et les territoires voisins (Angers, Saumur, Mayes)
- Conquérir et fidéliser les clientèles par des actions de promotion (salons, Translayon...)
- Structurer et commercialiser l'offre touristique locale (vente de séjours, d'activités, billetteries...)

Pour les prestataires touristiques

- Les aider dans la qualification de leur offre (classement, agréments, labels...)
- Valoriser et vendre leur offre au travers d'outils de communication spécialisés (magazine touristique, site web, cartes...)
- Fédérer et accompagner le réseau qu'ils constituent (éductours, ateliers, soirées réseaux...)

Pour les touristes

- Accueillir, informer, conseiller : une présence avant, pendant et après le séjour 310 jours par an
- Animer leur séjour : événements, sorties thématiques, actualités...
- Leur offrir des services : wifi, billetteries, disponibilités des hébergements...

Pour les collectivités locales

- Contribuer à la définition et la mise en œuvre de la politique touristique locale
- Identifier et faire remonter les besoins des touristes et des prestataires
- Recueillir les données locales pour mesurer l'impact du tourisme

3. Les objectifs de la mission

Les vidéos devront être de hautes qualités, esthétiques et immersives.

Objectif 1 : assurer la promotion touristique du territoire

Objectif 2 : valoriser la destination, séduire les futures touristes mais aussi les locaux (angevins, nantais...)

Objectif 3 : immerger le spectateur dans la destination

4. Caractéristiques de la vidéo n°1 - Famille

4.1 LE FORMAT

- Vidéo d'1 minute 30 à 1 minute 45
- Mix de prises d'images aériennes (avec un drone) et au sol
- Court-métrage de marque avec un script, des personnages et une histoire
- Mode de diffusion : site web de l'OT, Facebook, You Tube, TV
- Résolution : HD à Full HD ⇔ Entre 1 440p et 2 160p
- Compression vidéo pour diffusion optimale sur le site web de l'OT (ne nécessitant pas un long chargement pour l'internaute) tout en minimisant l'impact sur la qualité visuelle de la vidéo.

4.2 L'ENJEU

Montrer aux visiteurs qu'il y a de nombreuses activités à faire en famille.

4.3 LA CIBLE

Les familles avec enfants en bas-âge (4 à 12 ans)

Tous les types de familles doivent s'y retrouver : familles monoparentales, homoparentales, avec handicap ou non...

4.4 LE TON DE LA VIDEO

- Ton : chaleureux, convivial, humain, familial, généreux, gourmand et nature.

Reprendre la charte graphique et la marque de destination (livrée fin février)

- Couleurs chaudes et lumineuses : vidéo à prendre principalement au printemps, en été et au début de l'automne. Lever et coucher de soleil.

- Sons : oiseaux, figurants qui parlent et qui rient, musique rythmée (sans paroles)

- Rythme : dynamique

4.5 THEMATIQUE ET LIEUX DE TOURNAGE

Famille : suivre la même famille tout le long de la vidéo et faire parler les enfants.

Images d'enfants qui rient, s'amuse, commentent à leur manière, avec leurs mots d'enfants de manière naturelle et spontanée. Belles images de coucher de soleil (soirée guinguette), enfants qui font des ricochets sur l'eau, enfants qui jouent avec un petit bateau en papier sur l'eau...

Pistes de tournages :

- Réveil en famille au camping de l'Etang à Brissac dans une Cotton lodge face à l'étang + enfants qui jouent dans la piscine
- Le Jardin des Kangourous à La Possonnière
- Le parc de l'Etang à Brissac
- Visite du Château de Serrant à Saint Georges sur Loire : visite animée spéciale jeu de piste ou Halloween ou Nocturne Belle Epoque
- Visite du Château de Brissac + images de son marché de Noël (20 et 21 novembre)
- Balade à pieds dans les petits villages de charme : Aubigné sur Layon et/ou Blaison-Gohier et/ou Saint Aubin de Luigné
- Visite du Manoir de la Caillère à Coutures
- Balade en petit train dans les vignes à Chalonnes sur Loire
- Balade en calèche à Martigné Briand + caresses cheval
- Baignade dans le Louet à Rochefort sur Loire
- Balade aubancine à Brissac avec le sac du petit explorateur
- Balade en bateau sur la Loire avec le Cinquième Vent
- Dîner dans une guinguette avec concert : Chez Jojo à St Saturnin sur Loire
- Pause gourmande au Café Bondu à Chalonnes
- Montgolfiade à Brissac-Quincé (22 août)
- Les Hortomnales à St Rémy la Varenne (24 et 25 octobre)

Cf Annexe 4- Storyboard Famille

4.6 DIVERS

Messages et logos à faire apparaître :

- Logo de l'OT
- UNESCO

5. Caractéristiques de la vidéo n°2 – Vignoble et Loire

5.1 LE FORMAT

- Vidéo d'1 minute 30 à 1 minute 45
- Mix de prises d'images aériennes (avec un drone) et au sol
- Court-métrage de marque avec un script, des personnages et une histoire

- Mode de diffusion : site web de l'OT, Facebook, You Tube, TV
- Résolution : HD à Full HD ⇔ Entre 1 440p et 2 160p
- Compression vidéo pour diffusion optimale sur le site web de l'OT (ne nécessitant pas un long chargement pour l'internaute) tout en minimisant l'impact sur la qualité visuelle de la vidéo.

5.2 L'ENJEU

Mettre en avant les atouts du Vignoble Angevin : ses paysages d'exception de vignes et de Loire, avec ses activités et cela de manière vivante. Montrer à la fois le côté ressourçant et dynamique de la destination. Les jeunes actifs doivent pouvoir se projeter y passer un week-end.

5.3 LES CIBLES

Les tribus et groupes d'amis, les couples sans enfants, moyenne d'âge de 25 à 55 ans.

5.4 LE TON DE LA VIDEO

- Ton : convivial, humain, amical, festif, humoristique, épicurien et nature.
- Reprendre la charte graphique et la marque de destination (livrée fin février)
- Couleurs chaudes et lumineuses : vidéo à prendre principalement au printemps, en été et au début de l'automne. Lever et coucher de soleil.
- Sons : oiseaux, figurants qui parlent et qui rient, musique moderne et dynamique (sans paroles)
- Rythme : dynamique

5.5 THEMATIQUE ET LIEUX DE TOURNAGE

Vignoble, Loire, patrimoine, activités de loisirs pour adultes.

Suivre le même groupe d'amis (3 à 5 personnes, hommes et femmes) tout le long de la vidéo, on film leur expérience dans le vignoble angevin sur un week-end : leur arrivée, leurs expériences de visites et loisirs, au restaurant, dans leur hébergement... Ce groupe d'amis est joyeux, il s'amuse, profite, ne se prend pas au sérieux.

Pistes de tournages :

- Balade en vélo le long de la Loire à Vélo : sur l'île de Chalonnes
- Balade en vélo VTC dans le vignoble
- Dîner dans un restaurant étoilé : La Table de la Bergerie à Champ sur Layon
- Dégustations de vins et partage avec les vignerons dans deux domaines viticoles : Château Soucherie à Beaulieu sur Layon et Domaine de Bois Mozé à Coutures

- Images de chevaux de trait dans les rangs de vignes : Domaine Baudoin à Chaudefonds sur Layon
- Randonnée pédestre dans les coteaux : pendant la Translayon (du 12 au 14 juin)
- Balade en solex dans les vignes : Domaine de Pied-Flond à Martigné Briand
- Balade en bateau traditionnel sur la Loire avec Alex à La Possonnière
- Quelques images faune et flore des bords de Loire
- Balade en canoë sur le Louet : ils se poussent dans l'eau, se baignent...
- Pique-nique sur une plage en bord de Loire
- Initiation au Wake Park à N-D d'Alençon
- Moment détente au Spa et piscine naturelle du Château de l'Épinay à St Georges sur Loire
- Flânerie et dégustations aux marchés de Brissac et/ou Chalonnes
- Pause dans une guinguette pour boire un verre : Les Tourbillons à La Possonnière
- Initiation à la boule de fort à la Société Le Rivage à Chalonnes sur Loire : moment de rigolade un peu décalé, second degré
- Découverte du logement touristique : Le Logis des Mariniers à Chalonnes, Château Soucherie à Beaulieu sur Layon, Ecolo gîte du Moulin à St Saturnin sur Loire
- Fête Vénitienne au Château de Brissac (30 et 31 mai)
- Fête des vins d'Anjou à Chalonnes sur Loire (16 et 17 mai)
- Fête des Quais à Chalonnes sur Loire (21 au 23 août)

Cf Annexe 5 – Storyboard Vignoble et Loire

5.6 DIVERS

Messages et logos à faire apparaître :

- Logo de l'OT
- UNESCO

6. Modalités de réservation

PLANNING

Le titulaire devra suivre le calendrier fourni dans le présent cahier des charges. Compte tenu du calendrier touristique, la réalisation de cette prestation devra se faire dans les délais précisés.

Le planning détaillé du projet sera défini d'un commun accord, entre L'OTLLA et le prestataire dans le respect de la contrainte de planning énoncée précédemment. Le rétro-planning sera construit avec la société dès le début du projet.

La mise à disposition des vidéos devra intervenir au plus tard **le 15 janvier 2021**.

7. Cadre de la réponse

7.1 PROPOSITION FINANCIÈRE ET TECHNIQUE

Les candidats souhaitant remettre une offre devront fournir :

- Le présent cahier des charges complété et signé
- Le descriptif simplifié de la société : moyens humains, répartition des services.
- Des références similaires
- Le planning de réalisation
- Une note méthodologique présentant le projet et l'organisation que le prestataire compte mettre en œuvre.
- Une proposition financière détaillée

7.2 CONFIDENTIALITÉ

Le prestataire s'engage à ne pas communiquer à des tiers autres que l'OTLLA, les documents qui pourraient lui être confiés dans l'exécution de sa mission.

7.3 CRITÈRES DE CHOIX

- Valeur technique de l'offre : 40%
- Prix : 30%
- Références similaires : 30%

7.4 REMISE DES OFFRES

Les devis et propositions seront transmis avant le 30 mars 2020, 16h à l'adresse e-mail suivante :

aurore@loire-layon-aubance-tourisme.com

Devis à effectuer au nom de :

Communauté de Communes Loire Layon Aubance

1 Rue Adrien Meslier

49170 Saint-Georges-sur-Loire

Pour toute information complémentaire, joindre :

Aurore Mahé

Tél : 06 82 37 86 24 ou 02 41 78 26 21

aurore@loire-layon-aubance-tourisme.com

7.5 NÉGOCIATION

L'OTLLA pourra, le cas échéant et s'il le juge utile, négocier les offres qui lui seront présentées dans le respect des principes de libre accès à la commande publique, d'égalité et de

transparence. Il pourra négocier avec un ou plusieurs candidats qui auront présenté une offre. La négociation pourra porter sur tout ou partie des éléments de l'offre.

7.6 DOCUMENTS ANNEXES

Les sources d'inspiration :

- Annexe 1 : La Baule : <https://www.youtube.com/watch?v=feKhTXaBHSQ&vl=fr>
- Annexe 2 : Vous allez bien dormir ce soir dans le Calvados : <https://www.youtube.com/watch?v=uNRxhBfzb3g>
- Annexe 3 : "La Manche, changez de point de vue" : la nouvelle marque du département de la Manche : <https://www.youtube.com/watch?v=fuviQ8B59-s>

Story-board :

- Annexe 4 : Storyboard vidéo Famille
- Annexe 5 : Storyboard vidéo Vignoble et Loire

Lu et approuvé »
Date, signature et cachet du candidat

La présente offre est acceptée en date du :

Marc SCHMITTER,
Président de la Communauté de Communes Loire Layon Aubance
(Signature et tampon)