

**MARCHE DE PRESTATIONS DE SERVICES  
ET DE FOURNITURES**

**CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)**

**Autorité adjudicatrice**

**JURA TOURISME & ATTRACTIVITE / Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité**

**Objet du contrat**

**Recrutement d'une agence vidéo pour la réalisation de plusieurs vidéos promotionnelles du territoire du Jura**

**Date limite de réception des offres**

**Lundi 2 mars 2026 à 12h au plus tard**

Le présent document comporte ONZE (11) Feuilles.

## **SOMMAIRE**

<b>1 – PRESENTATION DE LA COMMANDE ET DU CONTEXTE .....</b>	<b>3</b>
<b>2 – MISSIONS CONFIEES A L'AGENCE.....</b>	<b>4</b>
<b>DESCRIPTION DES PUBLICS CIBLES ET DES USAGES : .....</b>	<b>5</b>
<b>PERIMETRE EDITORIAL ET CONTENUS A VALORISER : .....</b>	<b>6</b>
<b>EXIGENCES TECHNIQUES ET LIVRABLES : .....</b>	<b>7</b>
<b>MODALITES DE COLLABORATION ET DE VALIDATION : .....</b>	<b>9</b>
<b>3 – ELEMENTS DE REPONSE A FOURNIR .....</b>	<b>9</b>
<b>BUDGET ET MODALITES DE REPONSE :.....</b>	<b>9</b>
<b>CONSTITUTION DU DOSSIER DE CANDIDATURE ET D'OFFRE :.....</b>	<b>10</b>
<b>4 – DELAIS.....</b>	<b>10</b>
<b>5 – DISPOSITIONS SPECIFIQUES .....</b>	<b>10</b>
<b>6 – SIGNATURE DU PRESTATAIRE.....</b>	<b>11</b>

## **1 – PRESENTATION DE LA COMMANDE ET DU CONTEXTE**

Le présent marché est passé selon une procédure adaptée (MAPA), conformément aux articles L2123-1 et suivants du Code de la commande publique.

L'objet du marché concerne la réalisation de plusieurs vidéos d'excellence et leurs déclinaisons sur les thématiques suivantes : promotion générique tourisme & attractivité, œnotourisme, Échappée Jurassienne (EJ) à VTT.

### **Identification du commanditaire**

#### **Autorité adjudicatrice :**

JURA TOURISME & ATTRACTIVITÉ – Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité  
17 rue Rouget de Lisle – BP 80950  
39009 Lons-le-Saunier Cedex  
[www.jura-tourism.com](http://www.jura-tourism.com)  
Tél. : 03 84 87 08 77

#### **Contact référent :**

Mélissa CHARRIERE, Chargée de communication & attractivité  
03 84 87 08 72 / 06 35 03 60 67 – [melissa.charriere@jura-tourism.com](mailto:melissa.charriere@jura-tourism.com)

#### **Présentation de Jura Tourisme & Attractivité :**

L'Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité du Jura (ADTA) est une association Loi 1901 créée à l'initiative du Conseil départemental, regroupant élus locaux et acteurs socioprofessionnels. Elle assure la promotion, le développement et la visibilité du Jura à la fois comme destination touristique et comme territoire attractif : résidentiel, économique, entrepreneurial et événementiel. Son action vise à renforcer la capacité du Jura à accueillir visiteurs, nouveaux habitants, porteurs de projets et talents, tout en valorisant le cadre de vie et l'innovation locale en synergie avec les professionnels et collectivités.

#### **Son fonctionnement repose sur :**

- Une Assemblée Générale (collectivités, réseaux socioprofessionnels et institutionnels) ;
- Un Conseil d'Administration ;
- Un Bureau exécutif (élus et socioprofessionnels) dans un fonctionnement collégial.
  - o **Présidente** : Sandra HÄHLEN
  - o **Directeur** : Jean-Pascal CHOPARD

Le service Communication/Promotion est composé de 5 personnes managées par Florian SPICHER. Dans ce service, c'est Mélissa CHARRIERE, chargée de communication & attractivité, qui est la référente pour le pilotage de ce projet vidéo et l'interlocutrice privilégiée de l'agence retenue.

#### **Contexte du marché :**

Jura Tourisme & Attractivité souhaite se doter, pour l'année 2026, d'une véritable politique de contenus vidéo au service de la promotion touristique et de l'attractivité du territoire. Dans ce cadre, plusieurs vidéos d'excellence doivent être réalisées et font l'objet du présent appel d'offres :

- **1 vidéo générique + 4 déclinaisons** : 1 vidéo destinée à promouvoir la destination à la fois sur le plan touristique et sur le plan de l'attractivité résidentielle à vocation économique. Cette vidéo devra couvrir les 4 saisons et être déclinée en 4 vidéos distinctes :
  - o 1 vidéo générique pour le tourisme
  - o 1 vidéo spot publicitaire pour le tourisme
  - o 1 vidéo générique pour l'attractivité

- 1 vidéo spot publicitaire pour l'attractivité
- **1 vidéo œnotourisme + 1 déclinaison en spot publicitaire** : destinée à promouvoir l'œnotourisme dans le Jura.
- **1 vidéo Échappée Jurassienne à VTT + 1 déclinaison en spot publicitaire** : destinée à promouvoir l'itinéraire de l'Échappée Jurassienne à VTT.

En parallèle de ces productions, Jura Tourisme & Attractivité poursuivra la réalisation de vidéos complémentaires (reportages, témoignages, contenus type influenceurs / UGC / créateurs de contenus) confiées à des prestataires locaux ou réalisées en interne, notamment pour l'animation des réseaux sociaux. Ces productions ne relèvent pas du présent marché mais s'inscrivent dans la même stratégie globale de contenus vidéo.

Les vidéos réalisées dans le cadre du présent marché sont destinées à être diffusées sur les principaux supports de communication de Jura Tourisme & Attractivité : site internet, réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), chaîne YouTube, salons et événements, écrans chez des prestataires touristiques et, le cas échéant, dans des médias audiovisuels. Cette liste n'est pas limitative.

#### **Référentiels de marque et positionnements :**

- **Positionnement générique** : Jura Tourisme & Attractivité est en cours de révision de son positionnement et de sa charte graphique. Cette mission a été confiée à l'agence de communication Leon Travel & Tourism. Vous trouverez en annexe le document de référence actuellement disponible pour le positionnement de la destination Jura. Ce travail étant encore en cours, des précisions complémentaires seront transmises ultérieurement à l'agence retenue, au fur et à mesure de leur mise à disposition. L'agence vidéo devra intégrer ces éléments de positionnement et de charte dans l'ensemble de ses productions finales.
- **Positionnement œnotourisme** : Vous trouverez en annexe le positionnement 2026 de la filière œnotourisme dans le Jura.
- **Positionnement Échappée Jurassienne** : Vous trouverez en annexe la charte graphique et le positionnement de l'Échappée Jurassienne ainsi que le lien vers le site de destination : <http://www.echappee-jurassienne.fr/>

#### **Maître d'ouvrage et propriété des données :**

JURA TOURISME & ATTRACTIVITE – Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité

17 rue Rouget de Lisle – BP 80950 - 39009 Lons-le-Saunier Cedex

N° Cerfa 49390073039, association déclarée en préfecture du Jura le 28/12/1965 et enregistrée sous le numéro 01138

N° Siret 778 396 788 00037 – Code APE 8413Z.

Les vidéos et l'ensemble des éléments produits dans le cadre du présent marché (rushs, montages, fichiers projets, éléments graphiques, musiques acquises pour le projet, voix-off, sous-titres) feront l'objet d'une cession de droits au bénéfice de Jura Tourisme & Attractivité, selon les modalités définies au CCAP (durée, territoires, supports). L'ensemble des rushs et fichiers sources devra être livré au maître d'ouvrage en fin de marché.

## **2 – MISSIONS CONFIEES A L'AGENCE**

Le présent article détaille les missions confiées à l'agence retenue dans le cadre de la réalisation des vidéos d'excellence et de leurs déclinaisons décrites au point 1 du présent CCTP.

L'agence devra s'adapter et intégrer l'ensemble des axes stratégiques de l'Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité du Jura, notamment :

- La prise en compte du guide de communication de la destination Jura (en cours de réalisation par l'agence Leon Travel & Tourism) ;
- La prise en compte de la saisonnalité et des priorités marketing et communication ;
- La contribution à la synergie entre communication presse, influence, marketing digital et valorisation des grands événements, temps forts touristiques et d'attractivité économique, résidentielle et événementielle.

**Les missions confiées à l'agence couvrent a minima :**

- La direction artistique (définition de la ligne créative globale des vidéos, cohérence avec le positionnement de la destination et les univers œnotourisme et Échappée Jurassienne) ;
- Le conseil éditorial et la conception (échanges avec l'équipe projet, repérages éventuels, notes d'intention, scénarios / synopsis, découpage) ;
- Les propositions créatives (tonalité, voix-off, musique, incrustations texte / graphique, motion design, adaptations aux différents formats, notamment spots et formats réseaux sociaux) ;
- L'intégration des identités graphiques (charte de Jura Tourisme & Attractivité et de l'Échappée Jurassienne, respect des chartes existantes, mentions légales, crédits) ;
- L'organisation des tournages (planning, gestion des aléas météo et de la saisonnalité, déplacements sur le territoire, sélection des figurants et intervenants avec validation du casting par Jura Tourisme & Attractivité, respect du droit à l'image) ;
- La réalisation des tournages (prises de vues nativement en formats horizontal 16:9 et vertical 9:16, captation son, éventuels plans au drone sous réserve des autorisations nécessaires) ;
- La post-production (montage image et son, étalonnage, mixage audio, sous-titres, titrages, motion design) ;
- La production des livrables (versions finalisées, versions « clean », rushes et fichiers sources) conformément aux spécifications techniques décrites au présent CCTP.

**DESCRIPTION DES PUBLICS CIBLES ET DES USAGES :**

**Publics cibles**

Les vidéos s'adressent prioritairement aux profils suivants :

- Le couple curieux ;
- La famille active ;
- L'entrepreneur ou le cadre fatigué des grandes villes ;
- Les Jurassiens de retour dans leur département d'origine.

En tant que visiteurs, ces publics recherchent des séjours qui permettent de se ressourcer sans s'ennuyer, de vivre des expériences en petit comité, de déconnecter et de se rapprocher de l'essentiel, de découvrir plutôt que consommer.

En tant que candidats à l'installation, ils souhaitent s'installer au vert tout en restant connectés, quitter les grandes villes sans renoncer aux opportunités professionnelles, et transmettre des valeurs en étant tournés vers l'avenir.

**Supports de diffusion**

Les vidéos réalisées dans le cadre du présent marché sont destinées à être diffusées sur les principaux supports de communication de Jura Tourisme & Attractivité : site internet, réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), chaîne YouTube, salons et événements, écrans chez des prestataires touristiques et, le cas échéant, dans des médias audiovisuels. Cette liste n'est pas limitative.

## **PERIMETRE EDITORIAL ET CONTENUS A VALORISER :**

### **Vidéo générique (tourisme + attractivité)**

#### **Messages clés à faire passer :**

Le Jura se positionne comme un territoire qui donne de l'élan : un espace vivant, façonné par la nature, les savoir-faire et l'action collective, où l'on vient autant pour se ressourcer que pour agir, entreprendre et élever ses enfants dans un cadre sobre, authentique et connecté. Il s'adresse à celles et ceux qui veulent « vivre mieux plutôt que plus », en proposant un cadre de vie actif, à taille humaine, qui catalyse les projets personnels et professionnels sans surenchère ni tourisme de masse. Franc, discret, fiable et ouvert, le Jura défend une attractivité du « mieux » plutôt que du « plus », en s'appuyant sur des valeurs de sincérité, de transmission, d'ingéniosité appliquée et de collectif, et peut se résumer en une promesse : ici, on ne vend pas du rêve, on donne les moyens de le réaliser.

#### **Typologie de contenus à mettre en avant :**

- Paysages emblématiques 4 saisons ;
- Expériences : randonnée, vélo, hiver avec ou sans neige, œnotourisme, savoir-faire, patrimoine, événements ;
- Valorisation de l'économie à travers le savoir-faire des entreprises et de l'industrie.

### **Vidéo œnotourisme**

#### **Messages clés à faire passer :**

Le Jura se positionne comme un vignoble de caractère, confidentiel mais accessible, offrant des expériences œnotouristiques rares, authentiques et de proximité, à deux pas de Lyon et des grands bassins émetteurs (Alsace, Suisse, Bourgogne-Franche-Comté, Paris). Ce positionnement s'appuie sur la mise en avant de l'humain et du storytelling autour des vignerons (gestes, histoires familiales, coulisses), la singularité des vins et AOC (Vin Jaune, Savagnin, Poulsard, Trousseau, Macvin, Crémant, etc.) expliquée de façon pédagogique, et la promesse d'expériences complètes combinant dégustation, patrimoine, nature, gastronomie locale et mobilités douces.

#### **Typologie de contenus à mettre en avant :**

- Portraits et formats immersifs sur les vignerons ;
- Contenus pédagogiques courts sur les spécificités des vins et AOC ;
- Idées de séjours clés en main (week-ends œnotourisme-nature-gastronomie) ;
- Mises en avant d'événements emblématiques et d'« escapades de proximité » pour les urbains (notamment Lyon).

### **Vidéo Échappée Jurassienne à VTT**

#### **Messages clés à faire passer :**

L'Échappée Jurassienne à VTT est une grande itinérance sportive et immersive de Dole à Saint-Claude (environ 295 km, plus de 6 700 m de dénivelé positif, 6 étapes typiques), qui permet de traverser la diversité des paysages jurassiens – vignoble, recluses, lacs, cascades, Haut-Jura – dans une logique de déconnexion, de dépassement de soi et de parenthèse nature hors du temps. Cet itinéraire, en parallèle de l'itinéraire pédestre, propose l'aventure au long cours accessible en VTT musculaire ou VTAE depuis 2026 (technicité moyenne mais profil exigeant), la découverte des grands sites du Jura au fil de l'itinérance, la richesse des services dédiés (hébergements nombreux, traces GPX, road-book, conseils de préparation) et une bonne adéquation avec le VTT électrique (recharge possible en chemin).

#### **Typologie de contenus à mettre en avant :**

- Récits et vidéos immersives d'itinérance (6 à 10 jours) mettant en scène les différentes ambiances du parcours (vignoble, lacs, montagnes) ;

- Valorisation des étapes et de l'accessibilité via le train (gares) ;
- Focus sur les grands sites et micro-destinations traversés (plaine jurassienne, vignoble, reculées, cascades, lacs emblématiques, Station des Rousses, Saint-Claude).

#### **EXIGENCES TECHNIQUES ET LIVRABLES :**

##### **Formats généraux**

- Chaque vidéo doit être livrée au format horizontal 16:9 pour diffusion sur le site internet, YouTube, salons, médias TV et écrans chez les prestataires touristiques qui le souhaiteront, et au format vertical 9:16 pour une diffusion sur les réseaux sociaux (réels, stories, etc.).
- Chaque vidéo devra être déclinée en un spot publicitaire adapté aux principaux canaux (médias TV, YouTube, Meta Ads...).
- Les vidéos finales doivent être fournies en fichiers mp4, en versions UHD 4K et HD 1080p, encodage h264, 30 fps.
- Les rushs doivent être fournis au format mp4 UHD 4K, en séquences séparées et clairement identifiées (pas de montage « bout à bout »).

##### **Versions et livrables éditoriaux**

Pour chaque vidéo, le titulaire devra fournir a minima :

- Une version finalisée en français, avec sous-titres incrustés ;
- Une version « clean » (sans titrage ni sous-titres) permettant la réutilisation ultérieure d'images ;
- Les fichiers de sous-titres au format standard (par exemple .srt) ;
- Les rushs et fichiers sources, organisés et exploitables.

##### **Récapitulatif détaillé des livrables attendus :**

	Format	Durée	Date de livraison
Vidéo générique mêlant tourisme et attractivité			
Vidéo générique horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 3mn	À préciser avec l'agence retenue dans le planning détaillé
Vidéo générique horizontale master	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 3mn	
Vidéo générique verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 80 sec.	
Vidéo générique verticale master	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 80 sec.	
Vidéo déclinaison tourisme			
Vidéo tourisme horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	À préciser avec l'agence retenue dans le planning détaillé
Vidéo tourisme horizontale master	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	
Vidéo tourisme verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	
Vidéo tourisme verticale master	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	
Spot pub tourisme horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30	Max 15 sec.	

	fps - <b>HD 1080p</b>		
Spot pub tourisme verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 15 sec.	
Vidéo déclinaison attractivité			
Vidéo attractivité horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	À préciser avec l'agence retenue dans le planning détaillé
Vidéo attractivité horizontale master	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	
Vidéo attractivité verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	
Vidéo attractivité verticale master	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	
Spot pub attractivité horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 15 sec.	
Spot pub attractivité verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 15 sec.	
Vidéo œnotourisme			
Vidéo tourisme horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	À préciser avec l'agence retenue dans le planning détaillé
Vidéo tourisme horizontale master	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	
Vidéo tourisme verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	
Vidéo tourisme verticale master	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	
Spot pub tourisme horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 15 sec.	
Spot pub tourisme verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 15 sec.	
Vidéo Échappée Jurassienne à VTT (EJ VTT)			
Vidéo EJ VTT horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	À préciser avec l'agence retenue dans le planning détaillé
Vidéo EJ VTT horizontale master	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	
Vidéo EJ VTT verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 60 sec.	
Vidéo EJ VTT verticale master	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	Max 60 sec.	



Spot pub EJ VTT horizontale web	16:9 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 15 sec.	
Spot pub EJ VTT verticale web	9:16 - mp4 h264. 30 fps - <b>HD 1080p</b>	Max 15 sec.	
Rushs			
Rushs vidéo UHD	mp4 h264. 30 fps - <b>UHD 4k</b>	-	À préciser avec l'agence retenue dans le planning détaillé

#### **Moyens techniques et frais :**

Tous les frais techniques (téléphone, envois, collectes, déplacements pour réunions, repérages et tournages...), ainsi que les outils et méthodes proposés, doivent être détaillés dans le devis. Toute mission exceptionnelle ou tout surcoût fera l'objet d'un avenant.

L'agence détaillera dans son offre l'argumentation de ses choix d'outils et de méthodes, et préconisera ceux qu'elle estime les mieux adaptés au territoire, en précisant d'éventuels surcoûts à intégrer au devis.

#### **Musique, voix-off et contenus tiers :**

Le titulaire s'engage à utiliser uniquement des contenus audio (musiques, bruitages, voix-off...) et visuels (images, illustrations, typographies, etc.) dont l'utilisation est autorisée. En cas d'acquisition de licences spécifiques, il devra s'assurer qu'elles sont valables pour la durée et les conditions de cession des droits prévues au marché.

#### **MODALITES DE COLLABORATION ET DE VALIDATION :**

- **Contact référent** : Mélissa CHARRIERE, Chargée de communication & attractivité – 03 84 87 08 72 / 06 35 03 60 67 – [melissa.charriere@jura-tourism.com](mailto:melissa.charriere@jura-tourism.com)
- Le prestataire désignera un référent en charge du projet.
- Le titulaire proposera une organisation type de suivi : réunion de lancement, points d'étape, validations intermédiaires.
- Jalons de validation pour chaque vidéo : validation de la note d'intention, du scénario, du plan de tournage, du casting des figurants, d'un premier montage (V1), puis validation de la version finale.
- À chaque étape de validation, plusieurs allers retours sont à prévoir jusqu'à la validation finale par Jura Tourisme & Attractivité, dans la limite d'un nombre raisonnable qui sera précisé dans l'offre de l'agence.

### **3 – ELEMENTS DE REPONSE A FOURNIR**

#### **BUDGET ET MODALITES DE REPONSE :**

Les candidats devront impérativement fournir un devis « à tiroirs » détaillant les différents postes de la mission, à savoir :

- Conseil stratégique ;
- Réunions de pilotage et coordination générale ;
- Vidéo générique + déclinaisons :
  - Direction artistique,
  - Tournage,
  - Post-production ;
- Vidéo œnotourisme :
  - Direction artistique,
  - Tournage,
  - Post-production ;

- Vidéo Échappée Jurassienne à VTT :
  - Direction artistique,
  - Tournage,
  - Post-production ;
- Frais annexes.

Les frais de gestion (déplacements pour réunions physiques ou éductours, téléphone, envois, outils, expéditions courantes, etc.) devront être explicitement identifiés et chiffrés dans le devis. Tout poste supplémentaire ou spécifique devra être commenté et justifié.

#### **Nota bene :**

Calendrier, pagination, format exact du rendu, modalités d'envoi et date butoir sont indiqués dans le Règlement de Consultation.

#### **CONSTITUTION DU DOSSIER DE CANDIDATURE ET D'OFFRE :**

Le candidat doit fournir notamment :

- Une présentation de l'agence, de ses principales références de moins de 3 ans, idéalement dans le domaine du tourisme, de l'attractivité des territoires ou de l'économie locale, avec détail des actions mises en place (brief, concept, dispositif, résultats), ainsi que ses moyens techniques, son équipe interne, ses compétences et éventuelles certifications ;
- Une note stratégique détaillant le parti pris de l'agence pour l'exécution de ses missions. Cette note doit comprendre a minima :
  - Une proposition de concept créatif et de scénario pour la vidéo générique (tourisme + attractivité),
  - Des intentions de traitement pour les déclinaisons (spots, formats réseaux sociaux),
  - Des propositions d'organisation des tournages (saisons, sites pressentis, utilisation de talents locaux, etc.) ;
- Un calendrier prévisionnel articulé autour des différentes étapes indiquées dans le présent CCTP : proposition créative, tournages, post-production, livraison des versions finales.

#### **4 – DELAIS**

- **Attribution du marché :** semaine 13 - 2026
- **La date limite de remise de l'ensemble des livrables est fixée à 9 à 12 mois maximum après la notification du marché.** Le calendrier détaillé (phases de création, tournages, post-production, livraisons intermédiaires et finales) sera affiné avec l'agence retenue lors de la réunion de lancement.

#### **5 – DISPOSITIONS SPECIFIQUES**

##### **Engagement RSE**

L'Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité du Jura porte une attention particulière à la responsabilité sociétale et environnementale (RSE) de ses partenaires, tant dans leurs pratiques éditoriales que dans l'organisation de la prestation.

L'agence est invitée à :

- Mettre en œuvre ou valoriser toute démarche ou action éco-responsable, sociale ou inclusive (par exemple : sobriété numérique, diversité des sujets et des personnes représentées, égalité femmes-hommes, limitation des déplacements, recours à des prestataires locaux, certifications ou labellisations RSE) ;
- Expliciter dans sa note stratégique et son mémoire technique tout engagement pertinent sur ces axes.

**Propriété intellectuelle et cession de droits**

Exploitations futures : Jura Tourisme & Attractivité souhaite pouvoir utiliser librement les rushs réalisés dans le cadre du présent marché pour des remontages ou la réutilisation d'images brutes dans d'autres projets, sans devoir repasser par le prestataire.

Jura Tourisme & Attractivité souhaite obtenir les droits patrimoniaux sur les rushs, les vidéos et leurs déclinaisons, y compris l'audio. Le titulaire cède donc gratuitement à Jura Tourisme & Attractivité, pour une durée de dix (10) ans tacitement reconductibles et pour le monde entier, l'exclusivité et la totalité des droits patrimoniaux de représentation, reproduction, adaptation, diffusion, utilisation et modification sur l'ensemble des créations et livrables réalisés dans le cadre du marché, sur tous supports et médias. Jura Tourisme & Attractivité pourra exploiter, modifier et diffuser ces contenus sans restriction, sous réserve de mention de l'auteur si souhaité.

Le titulaire s'engage à obtenir les autorisations de droit à l'image des personnes filmées et à les fournir à Jura Tourisme & Attractivité.

**6 – SIGNATURE DU PRESTATAIRE**

A ....., le.....

"Lu et approuvé – Bon pour accord"  
(mention manuscrite)