

Mucem

Réalisation et production des vidéos promotionnelles de la programmation culturelle et institutionnelle du Mucem

Lot 1 : Vidéos promotionnelles des expositions et de la programmation culturelle du Mucem

Lot 2 : Vidéos promotionnelles institutionnelles du Mucem

Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)

Commun aux deux lots

Date de dernière mise à jour : 2/06/2025

Table des matières

1. Présentation du Mucem.....	3
a. Introduction	3
b. Ses collections.....	3
c. Ses expositions.....	3
d. Sa programmation artistique et culturelle	3
e. Sa stratégie et son rôle	4
2. Objet du marché.....	4
3. Description des prestations du lot 1	5
a. Mise à disposition des ressources par le Mucem	6
b. Direction artistique	6
c. Réalisation et production.....	6
d. Délais attendus	7
e. Exemples de bandes annonces d'expositions du Mucem	7
4. Description des prestations du lot 2.....	8
a. Mise à disposition des ressources par le Mucem	8
b. Direction artistique	8
c. Réalisation et production.....	9
5. Livraison des fichiers adaptés aux supports et formats demandés (commun au lot 1 et lot 2)	9
6. Exigences techniques (commun au lot 1 et lot 2).....	10
7. Méthodologie (commun au lot 1 et lot 2).....	10
a. Réunion de cadrage.....	10
b. Suivi et validation	11

1. Présentation du Mucem

a. Introduction

Le Mucem est né d'un projet inédit : la métamorphose du Musée des arts et traditions populaires (créé en 1937 à Paris) en Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem). Issu du premier véritable transfert d'un musée national en région, ce musée de société ouvre à Marseille en juin 2013. Dès l'année suivante, il entre dans le cercle des 50 musées les plus visités du monde.

Le Mucem se déploie sur trois sites. Côté mer, le bâtiment J4 (signé par Rudy Ricciotti et Roland Carta) et le fort Saint-Jean (monument historique) accueillent les grandes expositions et les rendez-vous de la programmation artistique et culturelle. Côté ville, dans le quartier de la Belle de Mai, le Centre de conservation et de ressources (CCR) abrite les collections du musée : un million d'œuvres, documents et objets qui alimentent les deux expositions permanentes présentées au J4 (« Populaire ? » et « Méditerranée, images et représentations ») et nombre d'expositions temporaires, en France et à travers le monde.

b. Ses collections

L'habitude est prise de parler du « million » de pièces conservées par le Mucem, héritier du musée national des Arts et Traditions populaires (MNATP) et des collections européennes du musée de l'Homme. La collection est nombreuse et hétérogène en termes de typologies, et est ainsi estimée : 280 000 objets, 350 000 photographies, 100 000 affiches et estampes, 100 000 cartes postales, 150 000 ouvrages et périodiques, 800 mètres linéaires d'archives papiers, 80 000 enregistrements sonores et plus de 1 000 films. Cette collection s'intéresse aux arts populaires et est le fruit de collectes ethnographiques réalisés sur le terrain, auprès de celles et ceux qui utilisent ou fabriquent ces objets. On note la forte présence des ressources documentaires liées au mode d'acquisition privilégié du musée, l'enquête-collecte, qui permet de rassembler à côté des objets, de précieux éléments contextuels.

c. Ses expositions

Outre la valorisation des collections, la programmation des expositions repose sur deux permanentes qui permettent d'asseoir l'identité du musée : Populaire et Méditerranées. La programmation des expositions temporaires est organisée selon plusieurs intentions : décroquer et déhiérarchiser les arts pour croiser les œuvres d'art d'artistes et des arts populaires, multiplier les angles d'approches disciplinaires (histoire de l'art, anthropologie, histoire...), traiter de sujets et questions de société pour aider à mieux comprendre le monde qui nous entoure.

d. Sa programmation artistique et culturelle

Le Mucem propose toute l'année un programme de spectacles, conférences, projections dans des champs disciplinaires très variés (danse contemporaine, cirque, documentaires, films de patrimoine, musiques traditionnelles, marionnette et théâtre d'objet...) dans son auditorium de 330 places, mais aussi en plein air dans le fort Saint-Jean, dans le hall d'accueil voire dans les salles d'exposition.

Cette programmation adressée aux publics amateurs ou néophytes de tous âges permet notamment :

- De valoriser un patrimoine immatériel européen et méditerranéen
- De montrer comment la création artistique contemporaine s'appuie sur ce patrimoine populaire
- De rendre le musée vivant, d'en faire une "place publique" où peuvent se débattre des questions qui agitent nos sociétés mais aussi un lieu de pratique artistique pour tous, ouvert et inclusif ; un musée qui fait société, plus qu'un musée de société.

Au-delà des quelque 45 000 personnes qui participent à cette programmation chaque année, l'image du site et des expositions habitées par des artistes et des publics qui débattent, dansent ou créent ensemble contribue à rendre le musée à la fois plus désirable et plus accessible. Des "marques" spécifiques d'événements ou de cycles ont ainsi été créées au cours des 10 premières années du musée et ont contribué à son image globale ; notamment "Plan B" (2015-2021), un festival pluridisciplinaire estival, plein air, une autre manière d'envisager le musée et "les Procès du siècle" (depuis 2021), un cycle de débats hebdomadaires, en hiver, autour de grandes questions sociétales contemporaines.

e. Sa stratégie et son rôle

Le Mucem est le plus jeune des musées nationaux et le seul hors de la région Ile de France. Sa collection est aussi particulière, il conserve et présente des objets du quotidien des arts et traditions populaires de l'Europe et de la Méditerranée. Musée de société, le Mucem est un établissement culturel et social. Il s'engage sur des questions de société par sa programmation culturelle mais également par des actions en faveur de publics ciblés qui sont éloignés des lieux culturels ou empêchés d'y accéder. Ainsi, le Mucem a un partenariat avec l'Assistance publique des hôpitaux de Marseille (pour les patients et pour les soignants) ou encore avec l'administration pénitentiaire des Bouches-du-Rhône (pour les prisonniers et les personnel pénitentiaire).

Le Mucem est le premier musée national à revendiquer fortement son rôle de soutien aux soins, sa volonté de prendre soin de ses publics. Ainsi, nous avons élaboré tout un programme sur la santé mentale des adolescents, nous hébergeons depuis octobre 2024 une microstructure dédiée aux adolescents développant un refus scolaire anxieux.

Le Mucem est aussi un musée qui se veut pour tous. Le bus "Destination Mucem" circule plusieurs fois par semaine pour proposer à des publics physiquement éloignés d'accéder à nos expositions.

Enfin, le Mucem sera le premier lieu culturel à accueillir en 2025 une aire de jeux inclusive pour enfants en situation de handicap. Parce que nous avons la conviction de la culture peut aussi réinsérer, peut aussi soigner, apporter des solutions à l'isolement, le musée se place au cœur de son territoire et de la société.

2. Objet du marché

Le présent marché a pour objet la conception et la réalisation de contenus vidéo à visée promotionnelle, comprenant :

- Lot 1 : Réalisation, production des vidéos promotionnelles des expositions et de la programmation culturelle (hors expositions) du Mucem

- Lot 2 : Réalisation, production des vidéos promotionnelles institutionnelles du Mucem

Ces vidéos devront capter l'attention du public, susciter l'envie de découvrir les expositions et les temps forts de la programmation culturelle du Mucem en transmettant, de manière dynamique et immersive, les éléments essentiels de leur contenu.

L'ensemble des productions inclura un habillage sonore soigné avec les droits de diffusion sur l'ensemble des supports, comprenant une composition adaptée, un mixage professionnel, ainsi que, si nécessaire, une voix-off et des sous-titres. Le prestataire devra respecter l'identité visuelle et la charte graphique du Mucem afin d'assurer une cohérence avec l'image du musée et sa stratégie de communication.

À noter : Le Mucem se réserve le droit de réaliser, produire et diffuser des vidéos avec les ressources humaines et matérielles dont il dispose en interne ainsi que toutes réalisations vidéo en-dehors du cadre de l'objet du marché (captation vidéo lors d'évènement, production vidéo présente dans les expositions, captation drones...).

3. Description des prestations du lot 1

Réalisation, production des vidéos promotionnelles de la programmation culturelle du Mucem (Expositions et hors exposition)

Les vidéos pourront prendre 3 formes :

- **Bande-annonce d'expositions :**
Réalisation d'une bande-annonce dédiée à chaque exposition, d'une durée de 30 secondes, destinée à en donner un aperçu dynamique et engageant. Ce format court met en valeur les grandes lignes du propos, l'univers visuel et certaines œuvres phares, avec une diffusion prévue sur les supports digitaux, réseaux sociaux, et en affichage.
- **Bande-annonce sur la programmation culturelle :**
Création d'une bande-annonce dont la durée peut varier pour valoriser les grands temps forts de la programmation culturelle du Mucem : festivals, cycles de rencontres, concerts, ateliers famille... Ce format permet de donner une vision d'ensemble des propositions, en favorisant l'envie de découverte et la fréquentation. (Exemples : procès du siècle, Pulsations !, Les ateliers Plein air ...)
- **Réalisation de courtes capsules vidéo :**
Pour certaines expositions, le titulaire pourra être sollicité pour la réalisation de 1 à 3 capsules vidéo par exposition. Ces vidéos courtes (d'une durée comprise entre 30 secondes et 1 minute environ) auront pour objectif de présenter plus en détail certaines œuvres, une thématique ou un angle particulier de l'exposition. Elles seront spécifiquement conçues pour les réseaux sociaux, avec un format, un rythme et une construction adaptés aux usages numériques afin de capter l'attention, favoriser l'engagement du public et proposeront une médiation autour de l'exposition. Chaque capsule devra reprendre les éléments de direction artistique définis pour la bande-annonce de l'exposition, afin d'assurer une cohérence graphique et visuelle entre les différents contenus produits autour d'un même projet.

Le titulaire s'engage, pour l'ensemble des prestations, à produire un résultat conforme aux attentes du Mucem et aux standards techniques exigés, en respectant scrupuleusement les délais impartis et en intégrant les ajustements.

a. Mise à disposition des ressources par le Mucem

Le Mucem mettra à disposition du titulaire les informations et outils nécessaires pour l'ensemble des prestations attendues :

- Les supports de communication, de médiation, d'édition, disponibles et édités par le musée au sujet de l'exposition
- La fourniture des visuels d'œuvres
- Les crédits et copyrights de chaque visuel utilisé
- Les éléments relatifs aux partenaires médias de l'exposition ainsi que leurs logos
- La charte graphique et l'identité visuelle du Mucem
- Le fichier source de l'outro afin de respecter l'identité graphique des créations audiovisuelles du Mucem
- Le Mucem s'engage à faciliter l'organisation de toute rencontre avec les programmeurs et intervenants de l'évènement
- Le Mucem s'engage à fournir ces éléments dans des délais compatibles avec l'accomplissement de la mission

b. Direction artistique

Pour chaque exposition ou temps fort de programmation culturelle et sur la base des éléments transmis par le Mucem et de la charte graphique, le titulaire sera chargé de la direction artistique générale et la définition de l'univers graphique des vidéos autour d'une exposition qui sera ensuite déclinée sur l'ensemble des vidéos promotionnelles.

Cela comprendra la conception graphique des vidéos, incluant des préconisations graphiques et visuelles cohérentes avec la charte de l'établissement, une hiérarchisation des contenus adaptée aux formats de diffusion, la définition d'un principe d'animation clair et rythmé, ainsi qu'un positionnement iconographique en adéquation avec l'univers de chaque exposition et/ou temps forts de programmation.

Pour chaque exposition ou temps fort, une bande-annonce de base de 30 secondes sera produite, servant de socle de direction artistique adoptée pour ensuite être décliné aux multiformats adaptés aux différents supports de diffusion.

Le titulaire devra proposer au moins deux pistes ou exemples de vidéos illustrant la direction artistique envisagée, accompagnées d'une justification de ses choix lors de la réunion de présentation.

c. Réalisation et production

La production des bandes-annonces et des capsules vidéo autour des expositions et des temps forts de la programmation comprendra l'ensemble des étapes nécessaires à la création de contenus dynamiques et engageants. Le titulaire assurera la réalisation, le tournage, la prise de son, le montage, l'étalonnage pour optimiser la qualité visuelle et chromatique des images, ainsi que le sound design et le mixage audio, notamment en cas d'interviews, afin de renforcer l'impact sonore et émotionnel des vidéos.

Au-delà des aspects techniques, le titulaire est garant de la fidélité au contenu scientifique et à l'esprit souhaité par les commissaires d'exposition, qu'il devra restituer avec sensibilité, clarté et créativité. Le travail de post-production devra permettre une mise en valeur pertinente et efficace des expositions, en jouant sur le rythme, les transitions, l'habillage graphique et le traitement sonore, afin de capter l'attention du public et de susciter l'envie de découverte.

d. Délais attendus

La temporalité des expositions et des temps forts de programmation, ainsi que leur promotion, imposent une planification rigoureuse validée lors des réunions de cadrage.

- Les bandes annonces d'exposition, diffusées en amont des expositions, seront réalisées sans tournage, en recourant à des animations en motion design sur la base de visuels presse, visuels institutionnels, vidéos et/ou charte graphique fournis par le Mucem.
 - Livraison version finale maximum : 48h avant l'ouverture de l'exposition
- Les capsules d'exposition, qui pourront être produites a posteriori de l'ouverture de l'exposition, en fonction des conditions d'exposition. Leur production pourra ou non nécessiter un tournage.
 - Livraison de la version finale définie lors de la réunion de cadrage en fonction du calendrier éditorial du Mucem
- Les bandes annonces de programmation culturelle (hors expositions) diffusées en amont des temps forts, seront réalisées sans tournage, en recourant à des animations en motion design sur la base de visuels presse, visuels institutionnels, vidéos et/ou charte graphique fournis par le Mucem.
 - Livraison version finale maximum : 15 jours calendaires avant le début du temps fort

L'ensemble des productions devra strictement respecter le calendrier éditorial défini par le service communication avec le titulaire lors la réunion de cadrage.

e. Exemples de bandes annonces d'expositions du Mucem

Afin d'assurer une continuité éditoriale et esthétique dans la communication du Mucem, certaines bandes-annonces déjà produites pourront être proposées en référence. Ces productions, réalisées pour des expositions, reflètent l'esprit général que le musée souhaite conserver. Elles serviront de base d'inspiration au titulaire, tout en laissant place à des propositions créatives adaptées à chaque sujet traité.

- Bande-annonce de l'exposition « Hervé Di Rosa, Un air de famille » : <https://youtu.be/gPsKwYMFzCI>
- Bande annonce de l'exposition « Amazighes - Cycles, parures, motifs » : <https://youtu.be/MIY5vDtF1AA>
- Bande annonce de l'exposition « Laure Prouvost – Au fort les âmes sont » : <https://youtu.be/JoGY3EBM4-A>

4. Description des prestations du lot 2

Le présent marché a pour objet la conception et la réalisation de vidéos institutionnelles destinées à promouvoir l'image, l'identité et la notoriété du Mucem. À cet effet, le prestataire produira :

- Un clip de promotion générale de l'institution (environ 1 par an)
- Des films promotionnels thématiques, destinés à accompagner les axes stratégiques du Président et de l'établissement (par exemple « Prendre soin de ses publics », la « Responsabilité sociétale des organisations », la présentation du dispositif « Destination Mucem », la future aire de jeux inclusive installée au Fort Saint-Jean ...).

Le titulaire s'engage, pour l'ensemble des prestations, à produire un résultat conforme aux attentes du Mucem et aux standards techniques exigés, en respectant scrupuleusement les délais impartis et en intégrant les ajustements. La durée, le format et le style de chaque vidéo seront définis lors de la réunion de cadrage, en fonction du sujet traité, de la thématique abordée, de la cible visée et des supports de diffusion prévus.

a. Mise à disposition des ressources par le Mucem

Le Mucem mettra à disposition du titulaire les informations et outils nécessaires pour l'ensemble des prestations attendues :

- Les dossiers de presse, rapports d'activité et tout document permettant la bonne compréhension des sujets
- Les éléments de charte graphique nécessaires à la réalisation et à la production des vidéos
- Le fichier source de l'outro afin de respecter l'identité graphique des créations audiovisuelles du Mucem
- Le Mucem s'engage à faciliter l'organisation de toute rencontre avec les agents, partenaires, mécènes ou personnes ressources en lien avec le contenu de la vidéo
- Le Mucem s'engage à fournir ces éléments dans des délais compatibles avec l'accomplissement de la mission

b. Direction artistique

Dans le cadre de la réalisation de vidéos institutionnelles, le titulaire assurera la direction artistique générale de chaque production, en cohérence avec la charte graphique du Mucem et les objectifs de communication définis pour chaque projet (promotion générale, thématique stratégique, communication interne...).

Il s'agira de proposer un univers visuel clair, cohérent et engageant, adapté à la nature du sujet traité, et décliné sur les différents formats de diffusion envisagés (web, réseaux sociaux, diffusion interne, événements, plan médias et autres partenaires du Mucem...).

Cela comprend notamment :

- La définition de l'univers graphique de chaque vidéo, incluant des préconisations visuelles et esthétiques conformes à l'identité de l'établissement
- La hiérarchisation des contenus en fonction des formats et des cibles de diffusion
- La proposition d'un principe d'animation fluide et rythmé
- Un positionnement iconographique pertinent, en lien avec les thématiques abordées (ex. : responsabilité sociétale, métiers du musée, projets innovants, etc.)

Le titulaire sera également chargé de concevoir et proposer une approche narrative et visuelle, intégrant la définition des plans à tourner, les mises en scène nécessaires, les cadrages, mouvements de caméra, et ambiances lumineuses adaptées à chaque vidéo. Les tournages seront planifiés en lien avec le service communication, en fonction des contraintes opérationnelles du musée et des sujets à traiter.

Chaque production fera l'objet d'un brief spécifique en amont, permettant de cadrer les attendus visuels, narratifs et techniques.

c. Réalisation et production

La production des vidéos institutionnelles comprendra l'ensemble des étapes nécessaires à la création de contenus filmés, narratifs et immersifs, reflétant les valeurs et l'identité du Mucem. Le prestataire assurera :

- La conception éditoriale et l'écriture des scripts en lien avec les équipes du Mucem
- La préparation et l'organisation des tournages (repérages, définition des lieux et des plans, choix des interlocuteurs)
- Le tournage incluant les interviews, captations d'ambiances et images illustratives
- Le montage, intégrant l'habillage graphique selon la charte du musée
- L'étalonnage pour garantir la qualité visuelle des images, le sound design, incluant le mixage, la sélection ou la composition musicale libre de droits, et l'enregistrement d'une voix-off si nécessaire.

Les vidéos devront privilégier une approche qui valorise les paroles des agents, des publics, ou des partenaires, ainsi que les lieux et projets portés par l'institution. La narration et le rythme devront permettre une compréhension fluide, tout en captant l'attention du spectateur.

5. Livraison des fichiers adaptés aux supports et formats demandés (commun au lot 1 et lot 2)

Afin d'assurer une diffusion optimale sur l'ensemble des supports de communication du Mucem, chaque vidéo pourra être déclinée afin de s'adapter aux différents supports de communication du Mucem. Ces déclinaisons comprendront des ajustements de cadrage, de durée et de format afin de répondre aux exigences des plateformes et des canaux de diffusion ciblés.

Parmi les supports concernés, on retrouvera notamment :

- **Affichage digital (DOOH)** : panneaux numériques urbains et écrans d'affichage public
- **Diffusion TV** : adaptation pour la télévision hertzienne et digitale, y compris en préroll publicitaire
- **Diffusion cinéma** : version spécifique pour la projection en salles
- **Formats spécifiques pour le web et les réseaux sociaux** : versions courtes et optimisées pour la diffusion sur les plateformes numériques

Chaque déclinaison devra conserver la cohérence graphique et éditoriale, tout en respectant les contraintes techniques propres à chaque canal de diffusion. Le titulaire sera en capacité de répondre aux contraintes techniques spécifiques à chaque régie de formats, durée, habillage spécifique et sera de préférence familier aux usages sur les différents supports de communication.

6. Exigences techniques (commun au lot 1 et lot 2)

Dans le cadre de ce marché, le titulaire devra répondre aux exigences techniques suivantes, garantissant ainsi une production de qualité, conforme aux standards du Mucem et optimisée pour une diffusion sur l'ensemble des supports :

- Export du master aux formats Web et HD
- Cession des droits d'exploitation incluse, pour une durée de 5 ans et une diffusion mondiale
- Formats vidéo : Full HD / 4K, déclinaisons en 16:9, 9:16 et 4:5 selon les plateformes
- Audio : Le titulaire assurera un mixage professionnel de l'audio. Selon les besoins, il pourra soit faire appel à un compositeur pour créer un habillage sonore original libre de droits, soit utiliser des musiques libres de droit déjà existantes, à condition que les droits de diffusion soient inclus pour l'ensemble des supports prévus.
- Sous-titrage : À partir de textes corrigés et traduits fournis par le Mucem, le titulaire pourra être sollicité pour intégrer des sous-titres aux vidéos.
- Respect strict de la charte graphique du Mucem
- Production et post-production réalisées conformément aux standards techniques exigés
- L'ensemble des éléments sonores utilisés devra être libre de droits et exploitable sans contrainte sur tous types de supports (web, réseaux sociaux, projection, TV...)
- Le titulaire intégrera dans ses tarifs l'ensemble du matériel technique nécessaire au bon déroulement des tournages. Le Mucem pourra mettre à disposition certains équipements ; ces besoins seront évalués et définis lors de la réunion de cadrage en amont de chaque projet.

7. Méthodologie (commun au lot 1 et lot 2)

Afin d'assurer une coordination efficace et une validation structurée tout au long du projet, la méthodologie s'appuie sur des étapes claires et un suivi régulier en collaboration avec le service communication. Pour chaque vidéo commandée dans le cadre du présent marché, les étapes suivantes seront mises en œuvre.

a. Réunion de cadrage

Cette réunion pourra se faire en visioconférence, par téléphone ou en présentiel.

Un premier rendez-vous (en visioconférence ou présentiel) est organisé entre le titulaire du marché et le service communication du Mucem afin de :

- Définir le besoin spécifique de la vidéo,
- Identifier la cible visée,
- Présenter l'exposition, l'événement ou le temps fort concerné,
- Préciser les enjeux de communication associée,
- Élaborer du calendrier de production

À l'issue de ce rendez-vous, un calendrier de réalisation est établi conjointement, précisant les dates clés (tournage, validations intermédiaires, livrables et livraison finale) en listant l'ensemble des ressources nécessaires.

b. Suivi et validation

Tout au long du processus de production, un suivi étroit est assuré entre le titulaire du marché et les services du Mucem et en particulier le service de la communication, afin de garantir la qualité et la cohérence des contenus livrés.

Ce suivi comprend plusieurs étapes de validation clés, permettant d'assurer la qualité et la cohérence des productions :

- Une réunion de restitution des premières propositions en direction artistique
- La validation du scénario ou du script, lorsque cela s'applique
- Le visionnage et la validation d'un premier montage
- La transmission des éventuelles demandes de modifications
- La validation de la bande-annonce principale (30 secondes)
- La réalisation des déclinaisons multiformats
- Le recueil des retours éventuels sur ces déclinaisons
- Les exports et la livraison finale des fichiers validés

Les échanges peuvent se faire en visioconférence ou par courriel selon les besoins.

Le titulaire présentera dans sa méthodologie les outils qu'il mettra à disposition de l'équipe projet du Mucem. Il veillera à ne pas multiplier les plateformes et proposera un workflow simple et collaboratif. A titre d'information, l'outil Smartsheet est utilisé par le Mucem pour centraliser les documents, faciliter les dépôts de fichiers, assurer le suivi des versions et organiser les retours de manière collaborative.

Annexes :

- **Annexe 1 : Calendrier 2025/2026 expositions**
- **Annexe 2 : Dossier de presse 25-26**
- **Annexe 3 : Exemples de plan médias**