

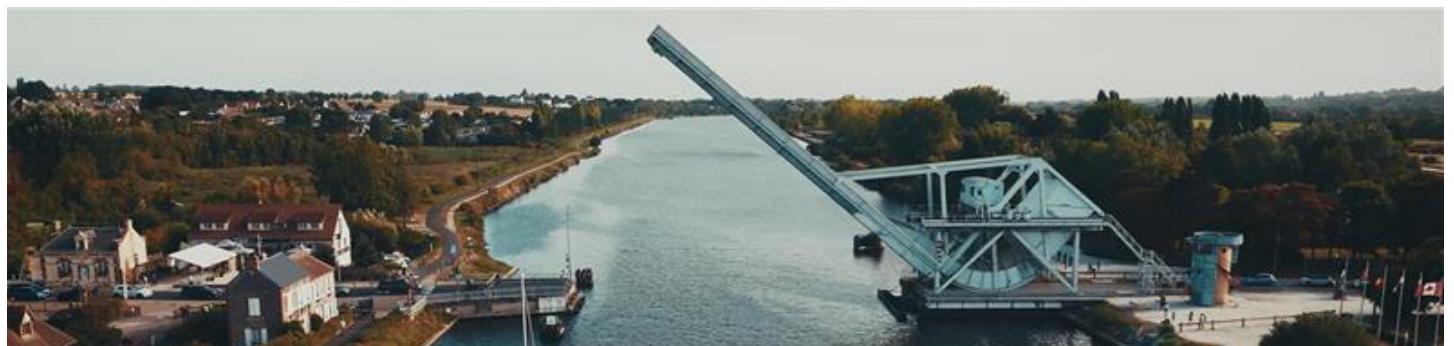


Contexte

L'Office de Tourisme & des Congrès – Caen la mer – Normandie est né en 2017, de la fusion de 5 Offices de tourisme du territoire.

Toute la stratégie touristique a été redéfinie et a donné lieu à **une identité graphique déclinée en 7 axes identitaires forts** : le tourisme littoral, le tourisme urbain et patrimonial, le tourisme de mémoire, le tourisme vert, la gastronomie, l'événementiel et la famille.

La signature de la destination devient « Tout est là » laissant ainsi entendre que sur le territoire de Caen la mer, aucun choix n'est à faire, les propositions étant véritablement multiples et variées. En 2024, Caen la mer devient la 3^e destination française à obtenir la certification au label Green Destinations reconnaissant ainsi son implication dans le **tourisme responsable**.



Problématique

Réaliser **1 film de présentation globale de la destination** Caen la mer afin d'en faire ressortir l'essence, l'évidence tant pour les visiteurs que pour les habitants. L'Office de Tourisme de Caen la mer propose une vidéo en cohérence avec sa ligne éditoriale basée sur **le partage d'expériences, l'émotion, le storytelling et la mise en avant de son implication en matière de tourisme durable**, encourageant aussi le tourisme de 4 saisons.

Objectifs

- > **1 Vidéo de destination format long** pour faire la promotion de la Destination en version française et anglaise sous titrée
- > **6 Pastilles format court** pour une utilisation sur les réseaux sociaux avec des campagnes percutantes.



Défi

Réaliser **un film de destination touristique qui change de l'ordinaire, sincère et authentique** basé sur une histoire humaine et immersive avec comme décor la destination Caen la mer.

Un film à **l'esthétique cinématographique**.

Un film émouvant qui **impacte le spectateur**.

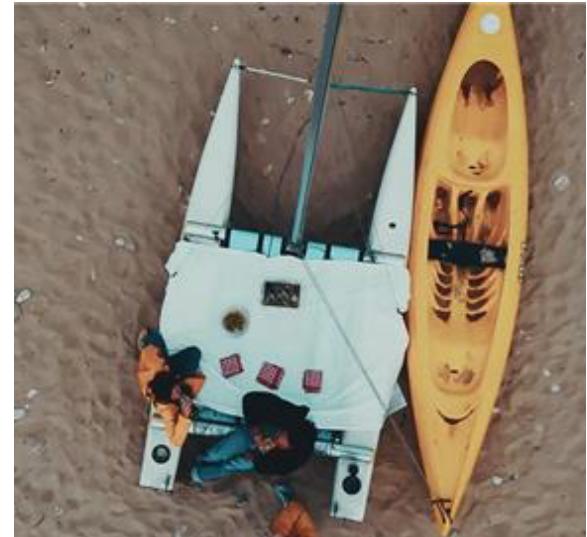
Un film rassembleur qui **rend fier les habitants** du territoire et **curieux les visiteurs**.

Un film responsable qui met l'accent sur les mobilités douces, le tourisme durable et qui encourage la consommation de la destination tout au long de l'année

Innovation

Cette vidéo est **une ode à Caen la mer**, avec tout ce que la destination a à offrir, et aux amitiés qu'elle fait naître. À travers le regard de trois amis d'enfance, les spectateurs vont vivre **des expériences authentiques, émouvantes** parfois, et partir à la découverte de lieux grandioses. Ces aventures permettent de dévoiler les nombreuses offres touristiques présentes sur le territoire sans tomber dans l'énumération, la succession de plans sans âme et sans histoire ; de **montrer le territoire tel qu'il est, sans filtre, authentique et réellement vécu**, avec une sincérité qui séduit avant la beauté des images.

Le résultat est **un film joyeux et dynamique** qui célèbre l'amitié, le partage et l'émotion.



En pratique

Une équipe 100% locale

François Dourlen est un réalisateur, photographe normand. Ces références cinématographiques sont nombreuses dans le milieu touristique mais aussi sur des productions de longs métrages et documentaires. Il a été étudiant à Caen pendant 7 ans et reste attaché à cette ville depuis. Il a choisi de réaliser ce film avec son ami de fac d'histoire **Antoine Gandubert**, vidéaste installé dans le Bessin.

Cette vidéo, c'est un peu leur histoire, une histoire d'amitié et d'attachement à une ville, comme une madeleine de Proust.

Les quatre acteurs **Marine Huet, Margaux Vesque, Baptiste Percier** et **David Sidibé** sont caennais.

Le compositeur **Adrien Prévost** est normand et travaille à l'international, notamment aux Etats-Unis.

Le petit +

"Aujourd'hui, j'aimerais mieux que le temps s'arrête. Ce qui compte c'est pas l'arrivée, c'est la quête." Les nombreux clins d'œil à **l'artiste Orelsan** qui -comme l'équipe réalisatrice- affectionne particulièrement la ville de Caen, n'échapperont pas aux fans mais aussi aux habitants du territoire.





Calendrier

Tournage : été 2025

Livraison : novembre 2025

Diffusion : hiver 2025/2026

Canaux de diffusion

Réseaux sociaux de Caen la mer Tourisme : Facebook, Instagram, LinkedIn, Tiktok, Youtube et X

Campagnes média : display, newsletters, presse, spots digitaux, cinéma

Diffusion sur des événements : salons, workshops

Cibles

Les touristes, les visiteurs français comme étrangers, mais aussi les résidents, les locaux, qui peuvent s'approprier ces vidéos et soient fiers de leur territoire.

Alors, convaincus ? Pour visionner la vidéo, c'est par ici !

https://youtu.be/L_asup_Taxw