

**CAHIER DES CHARGES FAISANT OFFICE DE CCTP-CCAP-  
REGLEMENT DE CONSULTATION**

**RÉALISATION D'UNE SÉRIE DE VIDÉOS**

**Place(s) aux jeunes**

**#blmicionpeut**



## Sommaire

CONTEXTE DU PROJET	I page 3
STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ DEPLOYÉE	I page 4
OBJETS DU MARCHÉ	I page 5
CONDITIONS DE SÉLECTION - REGLEMENT DE CONSULTATION	I page 7

## 1 CONTEXTE TERRITORIAL

### 1.1. Le territoire et sa démographie

Avec quarante-six communes, la communauté de communes Bazois Loire Morvan rassemble plus de 15 500 habitants. Les quatre centralités rurales que sont Châtillon-en-Bazois, Cercy-la-Tour, Luzy et Moulins-Engilbert forment **des bassins de vie réunis depuis 2017 en une même intercommunalité**. Elle regroupe ainsi Achun, Alluy, Aunay-en-Bazois, Avrée, Biches, Brinay, Cercy-la-Tour, Charrin, Châtillon-en-Bazois, Chiddes, Chouigny, Dun-sur-Grandry, Fléty, Fours, Isenay, La Nocle-Maulaix, Lanty, Larochemillay, Limanton, Luzy, Maux, Millay, Montambert, Montapas, Montaron, Mont-et-Marré, Montigny-sur-Canne, Moulins-Engilbert, Ougny, Poil, Préporché, Rémilly, Saint-Gratien-Savigny, Saint-Hilaire-Fontaine, Saint-Honoré-les-Bains, Saint-Seine, Savigny-Poil-Fol, Sémelay, Sermages, Tamnay-en-Bazois, Tazilly, Ternant, Thaix, Tintury, Vandenesse et Villapourçon.

Territoire rural, elle est confrontée à une double problématique démographique de **baisse de population et d'un vieillissement**. Les chiffres prévisionnels, si la tendance démographique actuelle est maintenue, sont de -33 % de population 0-25 ans en 2030 et -40 % en 2040.

### 1.2. Les facteurs explicatifs

L'offre scolaire participe au départ des jeunes du territoire. De fait, si des structures d'accueil de petite enfance, des écoles maternelles et primaires et des collèges sont bien présents sur le territoire, aucun lycée n'est à ce jour implanté sur la communauté de communes. Un organisme de formation supérieur est en cours de création (école de production de bois). Conséquemment, à partir de 14 ans, **les jeunes sont contraints de quitter le territoire pour poursuivre leur formation**. Les Missions Locales elles-mêmes sont hors du territoire et, si l'une s'inscrit dans le Pays Nivernais Morvan, l'autre se tourne sur Nevers, la métropole départementale.

A la suite du diagnostic de population réalisé par les élèves de Brevet de Technicien Supérieur Agricole spécialité Développement, Animation des Territoires Ruraux, **la perception négative de certaines dimensions** du territoire par de nombreux jeunes est un autre facteur explicatif. Beaucoup déplorent le manque d'opportunités, la faible proposition en matière d'activités de loisirs et la faible visibilité des jeunes dans les structures existantes. Si une part de ce constat ne peut être nié, il relève aussi souvent d'un manque d'informations des jeunes sur lequel une action est possible.

### 1.3. Ce que le territoire propose aux jeunes

Avec quatre centres sociaux, des équipements sportifs, des cinémas, des tiers-lieux, des espaces connectés et des lieux de convivialité, il existe des espaces jeunes sur le territoire.

En outre une école de **jeunes sapeurs-pompiers** à Châtillon-en-Bazois, une école **d'enseignement artistique** ou encore deux **FabLabs** (MicroFolie, dispositif culturel itinérant et Notre Moulin) peuvent favoriser l'engagement citoyen comme la créativité. Des **associations** organisatrices d'événements festifs ou/et culturels intègrent des jeunes comme acteurs (bénévoles, membres du bureau). Des associations professionnelles comme les comités de Jeunes Agriculteurs animent le territoire rural. De plus, en milieu professionnel, on constate que **stagiaires, apprentis et alternants** sont présents au sein de nombreuses entreprises

particulièrement en artisanat et dans les métiers de service. De **jeunes entrepreneurs** ont aussi choisi le territoire pour y développer leurs activités dans l'industrie de précision, l'artisanat ou l'agriculture.

## 2 LA STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ

Dans le cadre d'un Appel à Projet Régional et fort des constats précédemment nommés, une stratégie ciblant les jeunes a été réfléchi.

### 2.1. Un message de potentialité

Afin d'ancrer les jeunes dans le territoire il faut leur en **révéler les potentialités**. L'attrait pour le **numérique** des jeunes ruraux pour lesquels il constitue autant un outil, une mise en lien qu'un loisir nécessite d'être prise en compte. Il peut être un **média** pour les atteindre et une mise en réseau pour faire rebondir les messages émis par la collectivité.

La **vidéo** est une des modalités principales des réseaux privilégiés : Instagram (avec ses réels), Snapchat (récent lancement du mode réalisateur et plate-forme Spotlight) ou Tiktok (surtout vidéos courtes mais tendance à l'allongement). Ainsi la proposition du **#blmicionpeut** adoptant les codes du logo de l'intercommunalité (couleurs, police) et la possibilité de sa déclinaison dans différentes dimensions est apparu pertinent.

### 2.2. Un moment charnière pour toucher les jeunes

Pour diffuser les informations au public cible il faut pouvoir le toucher **directement**. La structure scolaire qu'est le **collège** dans la fin du cycle 4 apparaît comme un **moment charnière**. C'est le moment précédant le **premier départ** partiel du territoire et la sortie de la sphère familiale qui attache le jeune à notre espace géographique. C'est donc sur la tranche d'âge 14-17 ans qu'il est nécessaire d'agir pour donner des raisons aux jeunes de **projeter un avenir ici**.

### 2.3. Un territoire qui répond aux enjeux d'aujourd'hui et de demain

La communauté de communes mène des actions dans des domaines phares qui correspondent aux préoccupations actuelles et trouvent un écho dans les jeunes générations :

- En matière de **transition** écologique
  - Préservation cadre de vie,
  - Aménagements espaces naturels (bois, berges, canal)
- En matière d'**alimentation**
  - Promotion des produits locaux
  - Plan alimentaire territorial
- En matière d'accès et usage au **numérique**
  - Espaces connectés
  - Déploiement de la fibre

- En matière d'accompagnement et soutien à l'entrepreneuriat (service économie)

- En matière d'accès à la culture

- Contrat Local d'Éducation Artistique et culturelle,
- Micro Folie

Les politiques menées, si elles ne sont pas toutes ciblées jeunes, les touchent globalement ou partiellement. Elles n'ont cependant pas forcément de visibilité à leur niveau du fait des caractéristiques géographiques du territoire et de leur choix dans la façon de s'informer.

## 2.4. Un ensemble d'actions pour donner envie de revenir

A travers l'enquête diagnostic menée en 2022-2023 et la remise d'un kit jeunes en 2024 contenant des objets symbolisant ces engagements, les jeunes ont eu une **première approche** des élus et de l'action de la communauté de communes à leur égard.

L'information des jeunes sur les besoins locaux en matière d'emplois, sur les lieux et structures dédiées, sur les réponses aux besoins en mobilité ou en accès à la culture est une deuxième phase dans la stratégie déployée.

La diffusion de vidéos déclinant le message et l'incarnant par des jeunes habitants est l'étape suivante.

## 3. OBJETS DU MARCHÉ

### 3.1. Conception et réalisation d'une série de vidéos Objectif Jeunes

Dans le cadre de sa stratégie d'attractivité à destination des jeunes, la Communauté de communes souhaite faire réaliser **une série de vidéos déclinant le message #blmicionpeut** valorisant les potentialités de son territoire pour les jeunes (14-25 ans). Les droits de propriété et de diffusion seront totalement cédés à la Communauté de Communes. Les droits à l'image des personnes filmées seront respectés et également cédés à la Communauté de Communes. Le prestataire aura charge de s'assurer de l'acquisition de ses droits. Le prestataire garantira en outre la Communauté de Communes et ses partenaires contre toute revendication effectuée par des tiers quant aux droits de propriété intellectuelle.

### 3.2. Contenus attendus

#### a. Le message et ses déclinaisons

Le message #blmicionpeut sera décliné selon trois modalités, dont une prioritaire :

- Une vidéo sera sur le thème de l'avenir professionnel : **#blmicionpeut devenir pro**

Deux autres vidéos optionnelles :

- Une vidéo sur le thème des lieux et pistes d'amusement sur le territoire **#blmicionpeut s'amuser**
- Une vidéo sur le thème de l'engagement **#blmicionpeut s'engager**

### **b. Le style et la durée**

La ou les vidéos devront être courtes et très rythmées. La durée ne devra pas excéder 2 minutes afin de permettre un visionnage rapide et de garder l'aspect dynamique attendu.

La proposition de courts extraits (shorts) découlant de ces vidéos et exploitables par la CCBLM peut être un plus.

### **c. Les acteurs**

Les acteurs du territoire seront identifiés et contactés au préalable par la Communauté de Communes qui les mettra en relation avec le prestataire.

### **d. Les lieux et moments**

Les entreprises des jeunes entrepreneurs seront à valoriser pour montrer la possibilité de développement de la vie économique grâce aux jeunes implantés localement.

La valorisation des infrastructures d'accueil, de loisirs, de mobilité et de moments festifs est nécessaire.

### **e. La diffusion**

Les droits de diffusion seront totalement cédés à la communauté de communes (une copie pourra être utilisée à des fins commerciales par le prestataire). La vidéo sera diffusée aux partenaires. Parmi ces partenaires, on compte : le réseau de l'Office de Tourisme Bazois Loire Morvan Nièvre Attractive, les chambres consulaires, les structures de formation, la Mission locale BFC, les mairies du territoire, les centres sociaux, Sceni qua non, les médias (réseau Centre France, France Télévision). Ainsi que la diffusion sur tout support jugé pertinent par le commanditaire.

## **4. CONDITIONS DE SÉLECTION**

### **3.1. Remise de l'offre**

Pour permettre le choix du futur prestataire, il est demandé une offre comportant les éléments suivants :

- Présentation succincte de l'agence ;
- Devis détaillé pour l'ensemble de la prestation ;
- Proposition de calendrier pour l'organisation de la prestation ;
- Présentation d'une série de références et d'exemples de réalisations ;

### 3.2. Délai de soumission des offres et adresse de rendu

Les offres devront parvenir avant le 1<sup>er</sup> septembre 2024 à 12 h, sur le site ternum.bfc OU

à l'adresse suivante : [js.halliez@bazoisloiremorvan.fr](mailto:js.halliez@bazoisloiremorvan.fr) (mise en copie : l.marlot@bazoisloiremorvan.fr)

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES BAZOIS LOIRE MORVAN - site du Bazois

À l'attention de Jean-Sébastien HALLIEZ, Pôle Commande Publique, et Lucille MARLOT, agent de Développement en charge de l'Attractivité

27 rue du Docteur Dubois

58110 Châtillon-en-Bazois

### 3.3. Choix du prestataire et démarrage de la commande

La décision du choix du prestataire se fera consécutivement à la réception des offres, avec une notification de commande immédiate. La réunion de démarrage et de présentation de l'entreprise est à envisager en première intention.

Les critères de jugement des offres sont les suivants :

1. Le prix des prestations (40%) ;
2. Les références, la méthodologie de travail, le délai d'exécution pour l'ensemble de la prestation (30%) ;
3. La qualité et le dynamisme de la proposition (30%).

### 3.4. Modalités de paiement

Le paiement sera effectué par virement sous forme de mandat administratif, après dépôt de la facture sur la plateforme Chorus Pro.

Sont prévus deux acomptes de 30% au cours de la mission et le solde de 40% à l'issue de la mise en ligne du site internet.

Le délai global de paiement est de 30 jours à compter de la réception de la facture.

### 3.5. Renseignements complémentaires

Pour obtenir tous les renseignements complémentaires qui leur seraient nécessaires au cours de leur étude, les candidats devront faire parvenir au plus tard huit jours avant la date limite de remise des offres une demande écrite sur le site ternum.bfc ou par mail à :

Lucille MARLOT (questions techniques et projet global)

[l.marlot@bazoisloiremorvan.fr](mailto:l.marlot@bazoisloiremorvan.fr) - 03 86 84 19 22

Baptiste PERRIER (questions techniques et projet global)

[b.perrier@bazoisloiremorvan.fr](mailto:b.perrier@bazoisloiremorvan.fr)

Jean-Sébastien HALLIEZ (questions administratives et juridiques)

[js.halliez@bazoisloiremorvan.fr](mailto:js.halliez@bazoisloiremorvan.fr) - 06 73 98 51 97