



## Table des matières

1. Présentation.....	1
1. Deux vidéos d'attractivité touristique.....	2
❖ Objectif .....	2
❖ Cibles.....	2
❖ Messages clés .....	2
❖ Contenu des vidéos .....	3
2. Deux vidéos d'attractivité globale .....	3
❖ Objectif .....	3
❖ Cibles.....	3
❖ Messages clés .....	4
❖ Contenu des vidéos .....	4
3. Livrables attendus .....	5
4. Contraintes techniques .....	5
5. Processus créatif .....	6
6. Budget .....	6
7. Critères de sélection.....	6
8. Calendrier prévisionnel.....	7
9. Modalités de soumission .....	7

### 1. Présentation

Créée en 1997, la Communauté de Communes du Quercy Rouergue et des Gorges de l'Aveyron (CCQRGA) regroupe 17 communes rurales, situées à l'est du Tarn-et-Garonne et limitrophes de l'Aveyron, du Lot et du Tarn. Ce territoire, reconnu pour ses nombreux atouts et sa forte notoriété touristique, dispose d'un important potentiel d'attractivité.

Cependant, à l'instar du Massif Central, la CCQRGA fait face à un vieillissement de sa population et à un équilibre démographique fragile. Malgré une politique d'accueil active depuis 2007 ayant conduit à l'acquisition de nombreuses compétences et à la création de services dédiés, ces défis persistent. Pour y répondre, la CCQRGA déploie une stratégie ambitieuse visant à renforcer l'attractivité du territoire et à encourager l'installation de nouveaux habitants. Cette démarche s'inscrit dans le cadre du programme **FEDER-FSE+ Auvergne-Rhône-Alpes 2021-2027 (Massif Central)**, cofinancé par le Département du Tarn-et-Garonne.



Pour ce faire, une stratégie de marketing territorial est mise en œuvre, comprenant la création de nouveaux outils de communication dont font partie les quatre vidéos promotionnelles (deux pour le tourisme, et deux pour attirer de nouveaux habitants) prévues dans le cadre de cet appel d'offre.

### 1. Deux vidéos d'attractivité touristique

#### ❖ Objectif

Promouvoir la destination "Causses & Gorges de l'Aveyron" et son aventure singulière pour attirer des visiteurs au fil des saisons et sur tout le territoire.

#### ❖ Cibles

Tout public, dont par exemple :

- Familles avec enfants,
- Camping caristes retraités,
- Amateurs de sports de pleine nature (cyclistes, grimpeurs, etc.) et d'aventures,
- Motards de passage sur un road trip,
- Couples d'urbains venant se mettre au vert,
- Groupes d'amis dans la vingtaine en camping,
- Etc.

Départements 82 et alentours (31, 46, 12, etc.), Occitanie, Aquitaine.

#### ❖ Messages clés

L'identité de la marque "Causses & Gorges de l'Aveyron" se construit autour d'une **expérience sensorielle et émotionnelle forte**, où chaque visiteur devient acteur de son propre voyage :

- **Un appel à l'aventure et à l'exploration**, où chaque découverte se transforme en une quête personnelle et inédite.
- **Un espace d'évasion et de ressourcement**, loin du tumulte, offrant une pause hors du temps dans un cadre naturel exceptionnel.
- **Une immersion totale**, où les sens sont en éveil et où chaque instant devient un récit à partager, porté par les témoignages d'habitants et de visiteurs.

Les Gorges de l'Aveyron ne se limitent pas à une destination, elles offrent **une expérience immersive**, où chaque visiteur est invité à explorer et à ressentir pleinement le territoire. Cette approche traduit la volonté de dépasser une image figée et muséifiée, pour révéler un lieu vivant, dynamique et en constante évolution.

*Mots clés : Aventure/micro-aventure, Singularité, Pleine Nature, Sports, Patrimoine, Art de Vivre, Bien-être, médiéval, guinguettes, Causses du Quercy, Gorges de l'Aveyron,...*



## ❖ Contenu des vidéos

Les Gorges de l'Aveyron s'articulent autour de **quatre piliers fondamentaux**, qui confèrent à ce territoire son caractère unique et singulier, et qui seront déclinés dans les vidéos :

- **Un patrimoine remarquable** : Abbayes, châteaux et halles témoignent d'une histoire riche et vivante, ancrée dans le paysage et le temps.
- **Une nature préservée et immersive** : Sports de pleine nature, biodiversité et sites naturels d'exception font de ce territoire un véritable havre pour les amoureux d'espaces naturels.
- **Un savoir-faire et une culture vibrante** : Artisanat, traditions locales, marchés authentiques et gastronomie reflètent l'identité d'un territoire à la fois enraciné et tourné vers l'innovation.
- **Un cadre propice au bien-être** : Un lieu de ressourcement où la qualité de vie et les activités de détente invitent à la sérénité, à la contemplation et à la créativité.

En complément, l'accent sera mis sur **la position stratégique du territoire**, situé à proximité de pôles urbains majeurs (Toulouse, Montauban, Albi, Cahors), tout en préservant son authenticité et son équilibre naturel.

La valorisation des **sites emblématiques** des Gorges de l'Aveyron sera essentielle, mais les vidéos mettront également en lumière des **richesses plus méconnues** du territoire, afin de dépasser l'image exclusive des gorges. Enfin, la promotion visera à encourager **l'extension de la saisonnalité**, en mettant en avant les attraits du territoire tout au long de l'année, notamment en automne et en hiver.

## 2. Deux vidéos d'attractivité globale

### ❖ Objectif

Concevoir et produire du contenu vidéo immersif et inspirant qui valorise l'essence du territoire de la CCQRGA, invitant les spectateurs cibles à se projeter dans une installation, s'ancrer et s'engager pour y construire un avenir harmonieux.

### ❖ Cibles

Les profils en adéquation avec les objectifs de développement de la CCQRGA :

- **Professionnels de santé** : médecins, paramédicaux.
- **Entrepreneurs et porteurs de projet** : créateurs, repreneurs, chefs d'entreprise.
- **Investisseurs** souhaitant soutenir l'économie locale.
- **Télétravailleurs et freelances** en quête d'un cadre de vie équilibré.
- **Salariés des secteurs en tension** : médico-social, petite enfance, service à la personne...
- **Familles avec enfants**, attirées par un environnement propice à l'épanouissement.
- **Génération Y et Z**, en recherche d'opportunités et de qualité de vie.



## Appel à candidature CCQRGA : Réalisation de vidéos de promotion territoriale

Ces vidéos seront aussi destinées à valoriser le territoire auprès des habitants de la CCQRGA.

### ❖ Messages clés

Nous souhaitons communiquer sur les opportunités et offres que possède le territoire permettant à ses habitants de s'épanouir. Démontrer par l'image qu'il est possible sur ce territoire, de manière individuelle et collective, de s'y réaliser. C'est un territoire, parce qu'il est animé, qui donne envie à des personnes de venir s'y installer (nouveaux habitants), d'y participer et **d'y vivre en ayant des activités socioéconomiques**.

*Mots clés : Douceur de vivre ; opportunités ; équilibre vie pro/perso ; entrepreneuriat ; résilience ; connections ; convivialité ; bien-être ; économie & écosystèmes locaux ; entraide ; singularité ; accueillant ; réseaux professionnels ; offre de services ; vivre-ensemble, etc.*

### ❖ Contenu des vidéos

Les vidéos doivent offrir une immersion vivante et dynamique dans le quotidien des habitants, en toutes saisons. Elles raconteront la vie locale des actifs, mettant en lumière leur mode de vie et leur environnement, loin des codes institutionnels et du prisme purement touristique.

#### Vivre, s'épanouir et construire l'avenir sur son territoire

S'installer sur un territoire ne se résume pas à y habiter : c'est y (re)naître, s'accomplir et y contribuer activement. Ces vidéos mettront en lumière ce qui fait du territoire un lieu de vie durable et épanouissant, bien au-delà d'une simple destination.

#### Un art de vivre authentique et partagé

La qualité de vie et l'attachement au territoire se retrouvent dans des moments quotidiens simples et essentiels :

- **Des habitudes locales** : commerces, alimentation de proximité, mobilités douces et loisirs.
- **Un lien social fort** : sports, culture, événements locaux et moments hors saison.
- **Une vie active** : marchés, engagements associatifs et loisirs en plein air.

#### Un territoire d'opportunités et d'innovation

Ici, travailler et entreprendre autrement est possible grâce à :

- **Un écosystème dynamique** : coworking, fablabs, réseaux d'accompagnement et filières locales.
- **Des secteurs porteurs** : médico-social, restauration, BTP, filière chanvre, petite enfance et initiatives locales.
- **Un réseau professionnel** : clubs d'entreprises et dispositif de soutien à l'entrepreneuriat CCQRGA.

#### Des services et un cadre de vie structurant



## Appel à candidature CCQRGA : Réalisation de vidéos de promotion territoriale

Le territoire offre les infrastructures nécessaires à une installation réussie :

- **Éducation et accompagnement** : services enfance-jeunesse et cadre naturel pour y élever ses enfants.
- **Mobilité** : accessibilité du territoire via les gares de Lexos et Laguépie ; territoire au carrefour de quatre départements.

### Un engagement pour un territoire durable et vivant

S'épanouir ici, c'est aussi faire évoluer son territoire :

- Concevoir un **habitat respectueux de l'environnement**.
- Encourager le **vivre-ensemble et le lien social**.
- Trouver un équilibre entre **écologie personnelle et collective**, où chaque habitant, proche de la terre, devient acteur du développement durable.

L'objectif est de s'affranchir d'une approche exclusivement touristique, déjà traitée dans les vidéos dédiées à l'attractivité touristique, pour promouvoir le territoire comme un **lieu de vie et d'activité à l'année**, et non seulement comme une destination de loisirs. L'accent sera mis sur **ses atouts méconnus et différenciants**, afin d'en révéler toute la richesse.

La démarche vise à produire un **contenu original et engageant**, allant au-delà d'une simple succession d'images descriptives. Les vidéos devront être **inspirantes et porteuses d'une émotion positive et dynamique**, suscitant l'envie de s'installer, de s'investir et de participer activement à la vie du territoire.

### 3. Livrables attendus

- Quatre vidéos originales (2+2) d'une durée maximale d'1min-1min30 chacune, optimisées pour une diffusion sur les réseaux sociaux (format carré ou vertical, sous-titrage, etc.). Prises de vues dynamiques et variées, toutes saisons.
- Une **approche créative** est souhaitée, avec au choix par vidéo un ton émotionnel/inspirant et/ou humoristique/décalé et/ou naturel pour un rendu authentique et engageant (volonté d'éviter le ton institutionnel classique pour se différencier et marquer les esprits). Mise en valeur **d'atouts insoupçonnés et différenciants du territoire**.
- Possibilité ou non d'harmonisation stylistique des 4 vidéos.

### 4. Contraintes techniques

- Utilisation de prises de vue en haute définition (4K).
- Prises de vues aérienne (drone) : un plus.
- Intégration d'une identité visuelle cohérente avec la charte graphique de la CCQRGA et celle de l'Office du Tourisme.



- Respect des droits à l'image et des autorisations de tournage sur les sites sélectionnés.

### 5. Processus créatif

- **Phase de conception :**
  - 1 à 2 réunions créatives de lancement avec l'équipe technique CCQRGA pour définir les objectifs et le calendrier.
  - Proposition de pistes de scénarios détaillés pour chaque vidéo.
  - Validation des scénarios et des messages clés.
- **Phase de production :**
  - Repérage des lieux de tournage.
  - Casting de figurants et/ou acteurs.
  - Tournage des vidéos sur le territoire de la CCQRGA.
- **Phase de post-production :**
  - Montage des vidéos avec intégration de musique libre de droits ou originale (validation du choix de musique requise par CCQRGA).
  - Ajout de sous-titres et d'éléments graphiques.
  - Validation des versions finales par la CCQRGA avec 2 AR au besoin.

### 6. Budget

Les propositions budgétaires devront détailler les coûts de chaque phase du projet (préproduction, production, post-production) ainsi que les éventuels frais annexes (déplacements, licences musicales, etc.).

### 7. Critères de sélection

- Pertinence et **créativité** des expériences et références du prestataire dans des projets similaires.
- Qualité technique.
- Adéquation du prix proposé avec les ressources disponibles.
- Disponibilité sur avril-mai-juin, et capacité à respecter les délais impartis.
- Connaissance du territoire CCQRGA (non obligatoire mais préférable).



## 8. Calendrier prévisionnel

- Lancement de l'appel d'offres : **27/02/2025**
- Date limite de soumission des propositions : **15/03/2025**
- Sélection du prestataire & Réunion de lancement : **fin mars**
- Tournage-Montage : **mois d'avril-mai-juin**
- Livraison des deux premières vidéos finalisées (une pour l'Office du Tourisme, et une pour l'attractivité résidentielle, capturant la saison printemps-été) : **15/06/2025**
- Livraison des deux autres vidéos finalisées : **au plus tard 15/01/2026.**

## 9. Modalités de soumission

Les prestataires intéressés sont invités à soumettre leur proposition comprenant :

- **Une présentation de l'entreprise et de l'équipe dédiée au projet.**
- **Des exemples de réalisations similaires.**
- **Un devis détaillé.**

Les propositions doivent être envoyées avant le **15/03/2025** à l'adresse suivante :  
[developpementeco@cc-qrga.fr](mailto:developpementeco@cc-qrga.fr)

Pour toute question ou demande de précision, veuillez contacter :

**Cécile Marsteau**

*Service Développement Économique & Attractivité*

Tél : **07 76 11 42 30**