

# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL







**CHAIRE** ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL



Institut de Management Public  
et Gouvernance Territoriale  
Aix-Marseille Université

*"Chaire de territoire au  
service de l'inspiration des  
acteurs de l'attractivité territoriale"*

## Principales missions

**Productions + Rencontres + Formations**

Place Marketing  
Forum  
Think Tank



Recherches  
Veille  
Etudes

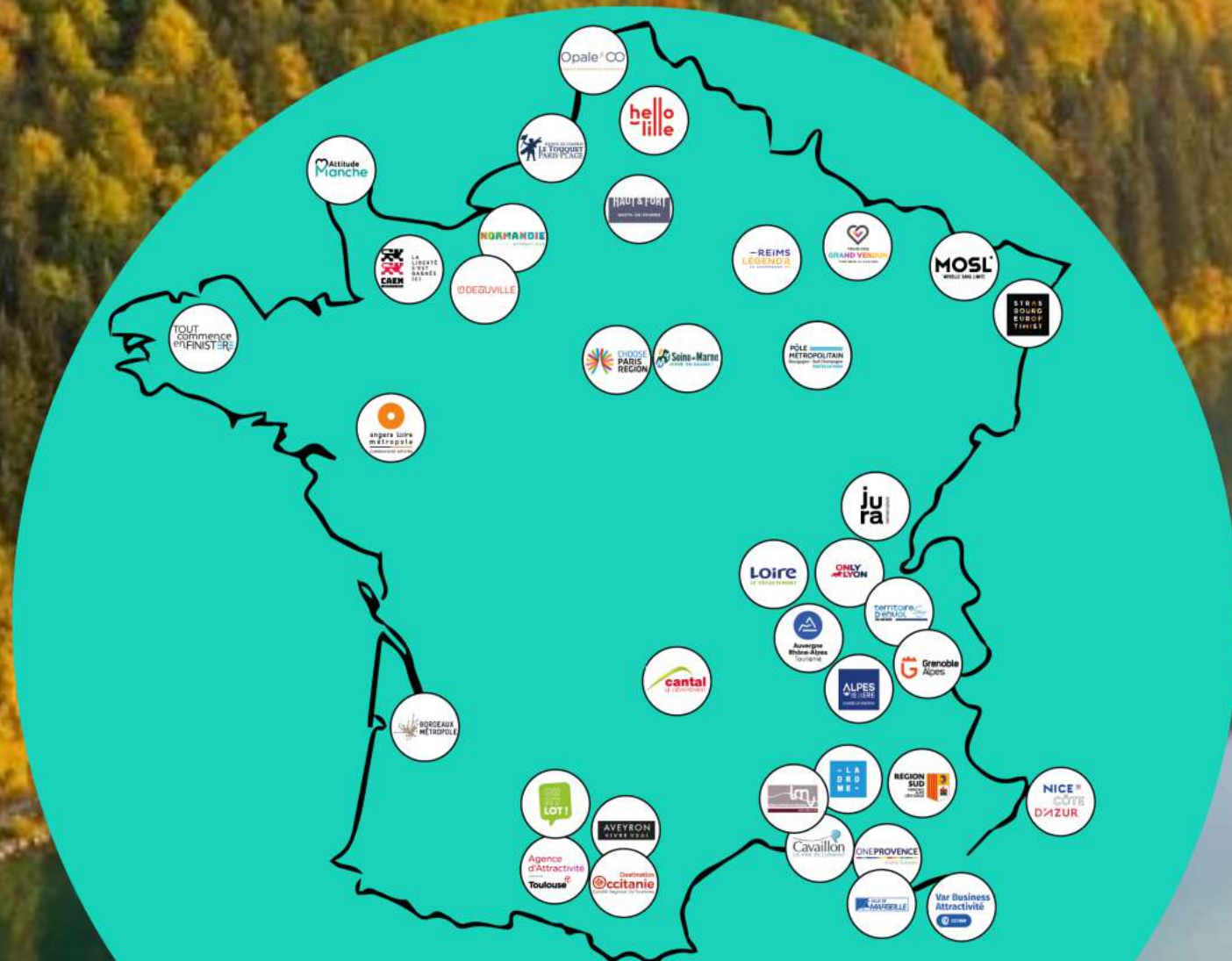


Master + DU + MOOC

**Fondateurs  
Partenaires**

**Définitions**





## 37 territoires

Régions, départements, villes, métropoles, interco, CRT, agences, etc.





**CHAIRE** ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL

**I M**  
**P G**  
**T** Institut de Management Public  
et Gouvernance Territoriale  
Aix-Marseille Université

*"Chaire de territoire au  
service de l'inspiration des  
acteurs de l'attractivité territoriale"*

## Principales missions

**Productions + Rencontres + Formations**

Place Marketing  
Forum  
Think Tank



Recherches  
Veille  
Etudes



Master + DU + MOOC

**Fondateurs  
Partenaires**

**Définitions**



# Attractivité territoriale

**ATTIRER**



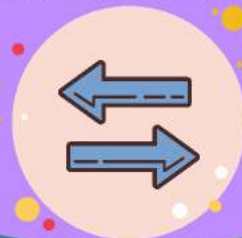
Capacité d'un territoire à attirer des ressources, temporaires ou durables, afin de développer le tissu économique et social local

**ANCRER**

Capacité d'un territoire à retenir ses ressources et organiser leur synergie pour un développement local

**CAPTER DE LA VALEUR**

**EXTERNE**



**INTERNE**

**LE MANIFESTE**

**DE L'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE ET DU MARKETING TERRITORIAL**

Document co-construit par la Chaire Attractivité & Nouveau Marketing Territorial, ses Fondateurs et Partenaires.



Jun 2021







CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL

I M  
P G Institut de Management Public  
T et Gouvernance Territoriale  
Aix-Marseille Université

*"Chaire de territoire au  
service de l'inspiration des  
acteurs de l'attractivité territoriale"*

## Principales missions

Productions + Rencontres + Formations

Place Marketing  
Forum  
Think Tank



Recherches  
Veille  
Etudes



Master + DU + MOOC

Fondateurs  
Partenaires

Définitions



# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL





# Marketing Territorial ÉQUILIBRÉ



**Attraction trop forte ou trop faible des ressources**

➔ source de déséquilibres pour le territoire

**Qualité de vie**

➔ facteur clef dans le volonté de s'ancrer localement

Équilibre  entre attraction et qualité de vie



Et si vous preniez le temps de vivre et de profiter des choses simples de la vie ?  
On ne peut que vous y encourager !

*Alors pourquoi ne pas venir vivre et travailler  
en Aveyron ?*





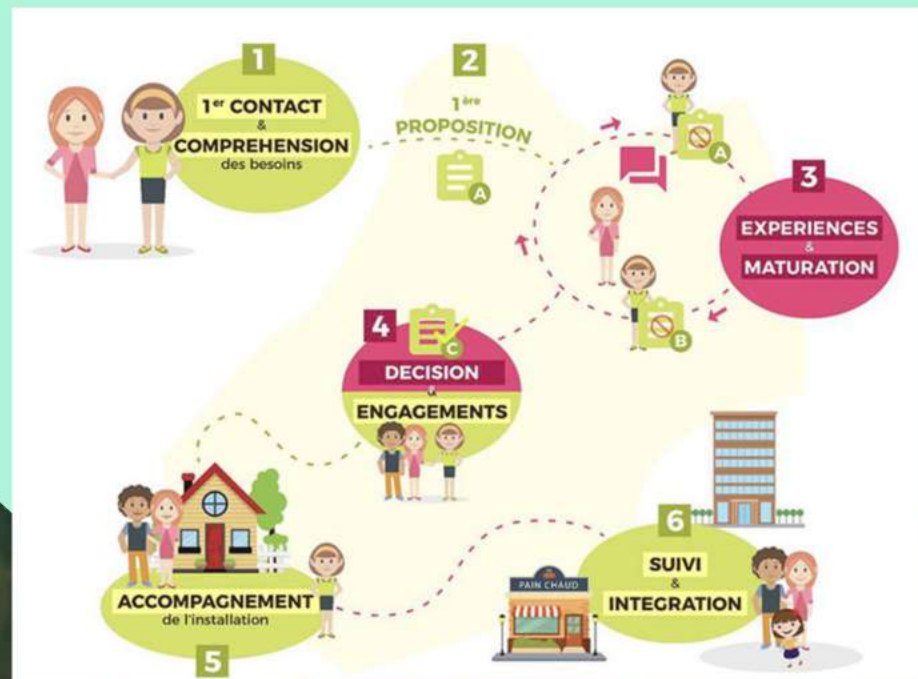
# Une marque comme catalyseur du projet territorial

Le département coordonne le programme et la marque créée en 2018 aux côtés de partenaires publics et privés



## Objectifs ?

Communiquer plus et mieux pour **faire évoluer la notoriété** du Lot (1), **attirer des actifs** (2), imaginer un **parcours d'accueil personnalisé** pour chaque nouvel arrivant (3)





# Marketing Territorial ÉQUILIBRÉ



**Attraction trop forte ou trop faible des ressources**

➔ source de déséquilibres pour le territoire

**Qualité de vie**

➔ facteur clef dans le volonté de s'ancrer localement

Équilibre  entre attraction et qualité de vie



Et si vous preniez le temps de vivre et de profiter des choses simples de la vie ?  
On ne peut que vous y encourager !

*Alors pourquoi ne pas venir vivre et travailler  
en Aveyron ?*





# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL





# Marketing Territorial SUR MESURE



## Démarche contingente :

- marges de manœuvre restreintes pour faire évoluer l'offre locale en fonction des besoins des publics
- faire converger les acteurs locaux vers une vision commune
- marketing comme méthode et attractivité comme culture

## Carte des marques d'attractivité des départements

Source : Octobre 2022 - Marc Thébault





# Qu'est-ce que la marque Bretagne ?

**Campagne 2017** : valoriser les atouts bretons  
comme la qualité et le cadre de vie, la  
créativité, la culture et le patrimoine



**Campagne 2019** : convaincre qu'on peut s'installer  
durablement en Bretagne et y construire sa vie  
professionnelle





# Marketing Territorial SUR MESURE



## Démarche contingente :

- marges de manœuvre restreintes pour faire évoluer l'offre locale en fonction des besoins des publics
- faire converger les acteurs locaux vers une vision commune
- marketing comme méthode et attractivité comme culture

## Carte des marques d'attractivité des départements

Source : Octobre 2022 - Marc Thébault





# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL





# Marketing Territorial TRANSVERSAL

Mobiliser les acteurs vivant sur le territoire  
issus de différents secteurs d'activités



tout au long de la démarche  
pour une co-crédation de valeur(s)



Plateforme dédiée à l'accueil des professionnels de santé







**Be part of something big!**



2014 - Stratégie de basculement d'image  
2022 - Marque employeur territoriale

**5 valeurs-principes communs aux 2 marques**  
*Ouverture et engagement / Dynamisme / Optimisme*  
*Collaboration / Efficacité*





# Marketing Territorial TRANSVERSAL

Mobiliser les acteurs vivant sur le territoire  
issus de différents secteurs d'activités



tout au long de la démarche  
pour une co-crédation de valeur(s)



Plateforme dédiée à l'accueil des professionnels de santé

The screenshot shows the website for 'ACCUEIL MÉDECINS AVEYRON'. The header includes the logo, contact information (phone: 06 48 51 65 59, email: Nous contacter), and social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and YouTube. The main navigation menu has three items: 'EFFECTUER SON INTERNAT', 'REPLACER', and 'EXERCER / S'INSTALLER'. The main content area features a large image of a helicopter with a group of people in white coats celebrating in front of it. A text overlay on the image reads 'EN AVEYRON ON PREND SOIN DES MÉDECINS' with the hashtags #TeamMédecin, #MédecinNoStress, and #MédecinChouchouté.





# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL





# Marketing Territorial ADOSSÉ À UNE GOUVERNANCE HORIZONTALE



- Pouvoir d'**impulsion** et d'**incarnation** des démarches **par les élu-e-s**
- **Modes de gouvernance hybrides** de l'attractivité

## Typologie des modes de gouvernance de l'attractivité

Programme  
dans une  
structure

**ONLY  
LYON**

hello  
lille

Création  
organisation  
branding

Structures  
holding

**BERLIN**



Structures  
fusionnées

toulouse  
métropole



# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL





# Étude IMAGETERR22

Collecte de données : 15 - 28.11.2022



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL



Institut de Management Public  
et Gouvernance Territoriale  
Aix-Marseille Université

Quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit quand on vous parle du Jura ?

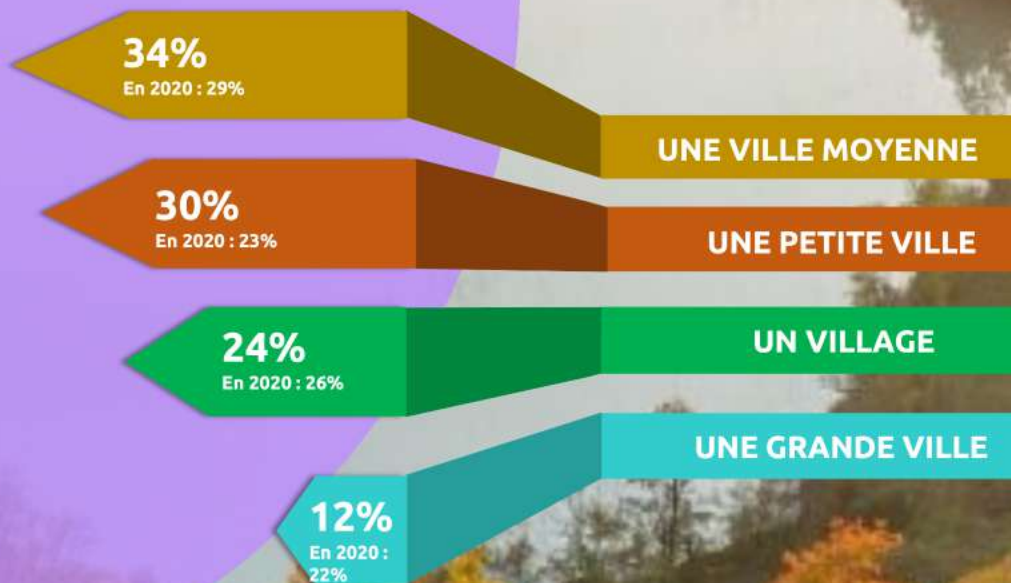
5 réponses possibles

250 répondants - 537 réponses



Idéalement, dans quel territoire souhaiteriez-vous vivre ?

1 758 répondants





# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL





# Table ronde Renforcer l'attractivité du



**Michel SAINT PÉ**  
Directeur



**Erick PEYSSONNEAUX**  
Secrétaire Général



**Philippe PROST**  
Président



**Jean-Charles ARNAUD**  
Président



**Aurore GRANDVUINET**  
Responsable antenne Jura



**Benoit HEBERT**  
Dirigeant



Chiffres des  
tensions  
d'embauche

Chiffres de la  
désertification  
médicale



## Des recrutements en forte hausse dans la plupart des secteurs

6 intentions d'embauches sur 10 dans les services...



...et une forte hausse de projets de recrutement dans :

- +31%** le transport et l'entreposage,
- +24%** l'industrie,
- +23%** l'hébergement-restauration



- 38%** Services aux particuliers (+ 11% par rapport à 2021)
- 24%** Services aux entreprises (+ 11%)
- 12%** Commerce (+ 16%)
- 9%** Industrie (+ 24%)
- 9%** Construction (+ 22%)
- 8%** Agriculture (- 7%)

## Des difficultés anticipées de recrutement qui s'accroissent



**58%** des recrutements sont jugés « difficiles » par les entreprises (+ 13 points par rapport à 2021)

Ces difficultés de recrutement sont élevées quelle que soit la taille de l'établissement.

Les motifs des difficultés selon les recruteurs :



 **282 000**  
recrutements prévus en 2022

**+5%** vs 2021

 **51%**  
des recrutements de cadres en 2022 sont anticipés comme difficiles

### Top 3 des difficultés rencontrées par les entreprises lors de leurs recrutements de cadres en 2021

- 1 Faible nombre de candidatures reçues
- 2 Décalage entre les candidatures reçues et les profils recherchés
- 3 Concurrence d'autres employeurs sur les mêmes profils



# Table ronde Renforcer l'attractivité du



**Michel SAINT PÉ**  
Directeur



**Erick PEYSSONNEAUX**  
Secrétaire Général



**Philippe PROST**  
Président



**Jean-Charles ARNAUD**  
Président



**Aurore GRANDVUINET**  
Responsable antenne Jura



**Benoit HEBERT**  
Dirigeant



Chiffres des  
tensions  
d'embauche

Chiffres de la  
désertification  
médicale





## Des chiffres accablants...

1,6 million de Français renoncent chaque année à des soins médicaux

30 % de la population française vit dans un "désert médical"

Des retards de prise en charge susceptibles d'entraîner, dans les cas les plus graves, des pertes de chance

Si rien n'est fait — diminution du nombre de médecins généralistes jusqu'en 2024 et rétablissement de la densité médicale seulement d'ici 2033

45 % des médecins généralistes sont en situation de *burnout*

11 % des Français de 17 ans et plus n'ont pas de médecin traitant

Le nombre de médecins généralistes a diminué en moyenne de 1 % par an entre 2017 et 2021

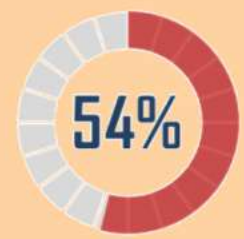
Jusqu'à 189 jours d'attente pour un rendez-vous chez un ophtalmologiste

Des besoins en santé accrus du fait de l'augmentation démographique et du vieillissement de la population

## ...qui requièrent des solutions territorialisées



des médecins estiment que la répartition entre temps médical et temps administratif s'est détériorée depuis 2016



seulement des médecins encourageraient un jeune à devenir médecin aujourd'hui



des médecins jugent prioritaire et important de lutter contre les inégalités territoriales d'accès aux soins

Source : Enquête « Soigner demain » du Conseil national de l'ordre des médecins (CNOM).



# Table ronde Renforcer l'attractivité du



**Michel SAINT PÉ**  
Directeur



**Erick PEYSSONNEAUX**  
Secrétaire Général



**Philippe PROST**  
Président



**Jean-Charles ARNAUD**  
Président



**Aurore GRANDVUINET**  
Responsable antenne Jura



**Benoit HEBERT**  
Dirigeant



Chiffres des  
tensions  
d'embauche

Chiffres de la  
désertification  
médicale



# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL





À vos téléphones,  
tablettes, ou  
ordinateurs

Simple, anonyme  
et ludique !



Allez sur **WOOCLAP.COM**  
Entrez le code **ATTRACTJURA**





# Démarches d'attractivité

*Principes, pratiques, et tendances*



CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL

