

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



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

Attractivité territoriale

ATTIRER



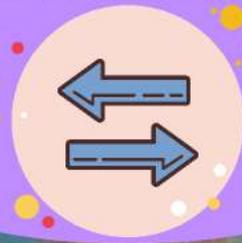
Capacité d'un territoire à attirer des ressources, temporaires ou durables, afin de développer le tissu économique et social local

ANCRER

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

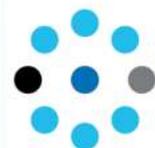
CAPTER DE LA VALEUR

EXTERNE



INTERNE





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

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 ?*



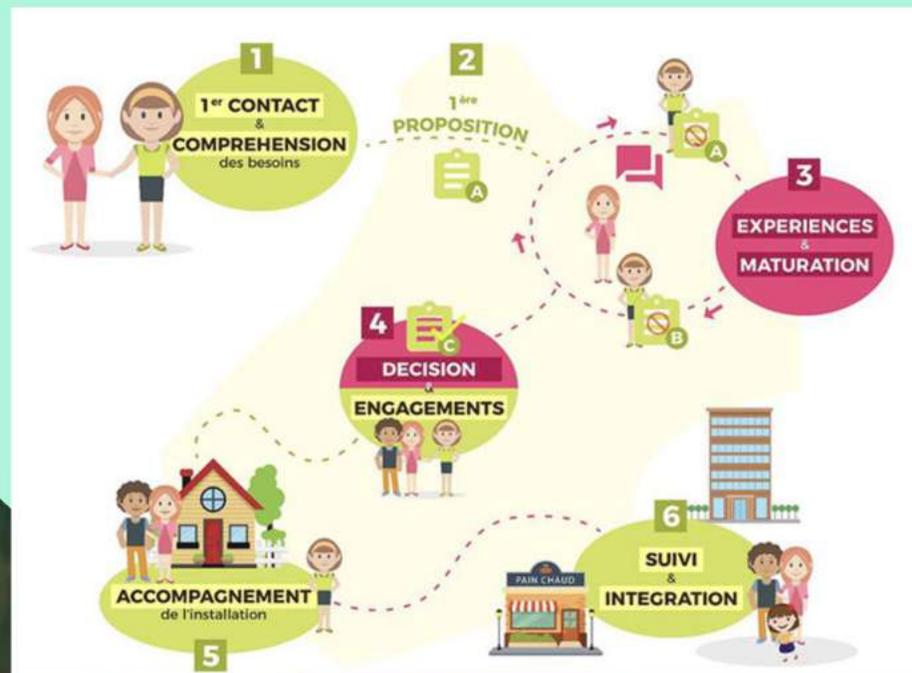
Une marque comme catalyseur du projet territorial

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

ACCUEIL MÉDECINS AVEYRON

Déposer une offre de poste 06 48 51 65 59 Nous contacter

EFFECTUER SON INTERNAT REMPLACER EXERCER / S'INSTALLER

EN AVEYRON
ON PREND SOIN DES MÉDECINS

#TeamMédecin #MédecinNoStress #MédecinChouchouté





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

ACCUEIL MÉDECINS AVEYRON

Déposer une offre de poste 06 48 51 65 59 Nous contacter

EFFECTUER SON INTERNAT REMPLACER EXERCER / S'INSTALLER

EN AVEYRON
ON PREND SOIN DES MÉDECINS

#TeamMédecin #MédecinNoStress #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



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

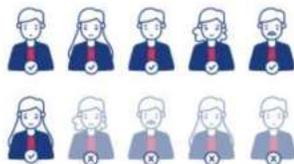


Chiffres des
tensions
d'embauche

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

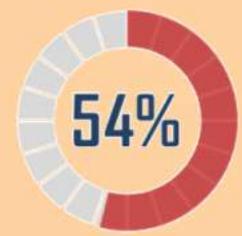
Jusqu'à 189 jours d'attente pour un rendez-vous chez un ophtalmologiste

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

