



Le club de l'attractivité en **nouvelle**·aquitaine

PREMIÈRE RENCONTRE DES MEMBRES DU CLUB - 24 MAI 2019

SYNTHÈSE DES TRAVAUX DES ATELIERS THÉMATIQUES

Propositions d'actions opérationnelles que les membres du club pourraient porter collectivement dans les prochains mois :

OBJECTIFS TRANSVERSAUX

A/ BASE DE CONNAISSANCE COMMUNE

Avant de commencer tout projet, il est urgent d'établir un état des lieux précis et transversal de la Région Nouvelle-Aquitaine : cartographie et hiérarchisation du territoire (meilleure connaissance de ce qui se fait, de qui est qui).

- Partager le diagnostic, les cibles, les messages et la connaissance du territoire.
- Valoriser nos différences en invitant le croisement des territoires.
- Apprendre à se connaître, favoriser les connexions territoriales.
- Charte d'hospitalité illustrée par un discours de preuves

B/ FINALISATION DU « CARNET D'INSPIRATIONS »

Finalisation du « Carnet d'inspirations » (guide de bonnes pratiques) qui devra comporter :

- nos valeurs communes,
- le socle identitaire des filières,
- les produits d'appel par filière,
- mode d'emploi multicritères (emploi, tourisme, entreprises...),
- guide de prise de paroles,
- exemples concrets de valorisation de la région (iconographie, sémantique...).

Cet outil devra permettre aux acteurs de se différencier tout en portant les couleurs de la Région.

OBJECTIFS DU GROUPE DE TRAVAIL

- Valoriser le *Made in Nouvelle-Aquitaine* (savoir-être, savoir-faire d'excellence, gastronomie, sites touristique phares, entreprises, cluster...) pour véhiculer l'image de la Région et devenir plus désirable.
- Développer un sentiment de fierté et d'appartenance des néo aquitains pour porter le territoire et le faire rayonner par ses actions au niveau national et international.

ENJEU PRINCIPAL

- Favoriser le développement économique de nos acteurs et de nos territoires.

A / OPÉRATIONS « MADE IN NOUVELLE-AQUITAINE »

Publics cibles : Professionnels, grand public, scolaires

Participants : Tourisme, gastronomie, patrimoine, Artisans, chefs, industries, Formation, toutes les filières.

Support : création d'un comité d'organisation au sein du Club de l'Attractivité nous ! en lien avec le pilotage Région.

1/ Labélisation d'événements « *made in Nouvelle-Aquitaine* »

Création d'une charte, d'un kit de communication et d'un « logo label » *Made in Nouvelle-Aquitaine* pour labelliser des événements organisés, tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire, par des acteurs publics ou privés.

2/ Création du MINA (Salon Made in Nouvelle-Aquitaine)

Création, sur deux ou trois jours, d'un grand événement régional valorisant le made in Nouvelle-Aquitaine autour des savoir-être, des savoir-faire d'excellence, de la gastronomie, du tourisme et de l'innovation.

A envisager : opérations simultanées dans les trois grandes villes (Bordeaux, Limoges, Poitiers) avec un grand événement fédérateur dans une des villes (ville tournante chaque année).

3/ Appel à projets

Événements itinérants ou parallèles, ou routes Made in France avec le logo ou label créé. Appel à projets avec cahier de charges.

B/ CRÉATION D'UNE WEB-SERIE « MADE IN NOUVELLE-AQUITAINE »

Créer un outil de communication original et moderne qui va permettre de nous différencier : faire connaître le (les) territoire(s) au travers d'une web série !

Attention : projet difficilement réalisable car long et couteux. Une étude de faisabilité est à prévoir avant sa validation.

Le concept :

Montrer, à travers une intrigue policière ludique, les territoires de nouvelle-aquitaine dans toutes leurs dimensions.

Personnages principaux : un couple d'enquêteurs néo aquitains composé d'une femme originaire de Bordeaux et d'un ancien Parisien installé récemment dans une petite ville du territoire. Personnages récurrents que nous retrouverons dans toutes les saisons de la web série. A chaque enquête, ils se confrontent à la réalité des territoires, ce qui nous donne caution à montrer des entreprises emblématiques, des lieux de vie, des sites touristiques phares, des produits locaux (made in), de la gastronomie, des traditions, des moments de vie et de convivialité...

Apparition d'une « guest star » locale par épisode, dans son propre rôle, mais dans des situations ludiques et décalées (un acteur, un chef cuisinier, un sportif...).

Les néo aquitains pourront faire de la figuration dans la saison tournée sur leur territoire.

Caractéristique de la web-série :

12 saisons (une par département) contenant chacune 6 épisodes de 10 mn (soit 1 h par saison)

1 épisode par semaine : 6 semaines de diffusion par saison

En fil rouge : notre savoir-être et la richesse des territoires.

S'inspirer d'histoires vraies de territoire, de lieux ou produits insolites ou emblématiques et inventer une fiction policière totalement décalée qui amènera les spectateurs à découvrir l'ADN de chaque territoire.

Créer un pool d'auteur pour écriture des 12 scénarios. Y associer les territoires (experts).

Ecrire la bible de la série, le cahier des charges de ce qu'on doit trouver par épisode et écrire le pilote. Chaque scénario sera écrit à partir du portrait identitaire.

Scénario pilote : la Vienne / Poitiers

Chaque saison : un réalisateur local différent

Titre général de la web série / saison x / titre de l'intrigue en cours :

Exemple : les experts de Nouvelle-Aquitaine / Saison 1 / Meurtre au Futuroscope

Lancement de l'épisode pilote lors du festival du polar de Cognac (octobre 2020 ?)

Avant-première des saisons sur chaque territoire avec soirée VIP Ambassadeurs

Pilotage du projet confié à l'agence régionale ALCA

Créer du contenu additionnel à la web série :

Donner envie d'en découvrir plus, partager, vivre une expérience...

Vous voulez en savoir plus sur ce lieu ? Vous voulez connaître la recette ? Vous voulez acheter ce produit ? Cliquez sur le lien...

Plateforme communautaire autour de la série pour partager des bons plans et conseils de visites : une sorte de guide du routard raconté par les habitants.

Utilisation des guests star comme ambassadeurs.

Glisser des indices dans chaque épisode pour un jeu sur le web.

Créer de l'interaction avec les spectateurs : participer à la prochaine saison, voter pour la fin...

Création d'un passeport découverte des lieux de tournage (pour le tourisme).

Faire le off : bêtisier, tournage...

3/ AUTRES ACTIONS PROPOSÉES

- Ambassades itinérantes et éphémères : transformer des événements emblématiques existants (stands régionaux sur des salons nationaux et internationaux) en véritable vitrine de la Nouvelle-Aquitaine.
- Mise en place d'un réseau d'ambassadeurs : identifier les réseaux existants, les diasporas françaises et étrangères, les « guests » (chercheurs, acteurs, sportifs...) de la région pour en faire des ambassadeurs et porter la bonne parole.
- Encourager la création de réseaux d'ambassadeurs infrarégionaux sur les territoires qui n'en n'ont pas.
- Faire communauté sur le web : partager sa vie, montrer aux autres, faire découvrir nos territoires, partager nos bons plans, nos coups de cœur... Tous ambassadeurs de la NA.
- Travailler avec les réseaux existants, les fédérer et les doter d'un « Kit ambassadeur NA »
- Trop tôt pour aller à l'international.
- Savoir-être : facteur différenciant de la NA (savoir-vivre)

ATELIER COMMUNIQUER

OBJECTIFS DU GROUPE DE TRAVAIL

- Concevoir le socle des futurs outils de promotion et de valorisation du territoire.
- Mettre en place une stratégie collective de communication
- Alimenter le Carnet d'inspirations et apprendre à l'utiliser

ENJEU PRINCIPAL

- Raconter collectivement le territoire et renforcer sa notoriété et son image dans le but de devenir plus désirable

A/ RESTITUTION DES ÉCHANGES

Programme ambassadeurs

Question de focale :

- à l'international : rayonnement
- sur le territoire : porter des dispositifs existants à l'échelle de la région NA et auprès des habitants

Un réseau ambassadeur infra-territoriaux pour :

- Croiser des différences et forces pour accroître l'unité sur le territoire
- Renforcer le sentiment d'appartenance - fierté d'appartenance
- Attachement au territoire par rebond
- Réseautage - interconnexions : la région NA comme liant
- Base de connaissance commune

Stratégie de storytelling

- Faire remonter les preuves et incarner en partant des gens qui font et vivent le territoire au quotidien
- Contrecarrer la manière dont s'est construite la région au sens administratif par l'humanisme propre au territoire
- Parler d'hospitalité plutôt que d'attractivité
- La Région NA = une région à taille humaine

Propositions retenues

- Plateforme de connaissance commune - Agrégateur - Favoriser les connexions territoriales
- Partage du diagnostic
- Charte d'hospitalité
- Carnet d'inspirations type boîte à outils

Commentaires sur ce temps 1

- De nombreux échanges sur les fondamentaux du projet, le positionnement, les valeurs ont eu lieu - un partage du travail effectué depuis le 1er Forum aurait permis que chaque participant ait le même niveau de connaissance sur l'avancée du projet
- Des échanges "accaparés" par des "lutttes" historiques entre territoires
- Des visions croisées et retours sur l'expérience intéressants notamment sur la question des ambassadeurs
- Une réelle attente sur le sujet des connexions infra-territoriales et échange / partage d'informations territoire < > Région NA
- Une préoccupation sur la mise en place et l'animation des connexions infra-territoriales plus forte que sur la communication au sens actions du terme
- Une compréhension du levier "Fédérer à l'intérieur pour rayonner à l'extérieur" mais pas de matérialisation concrète en termes d'actions (mise en place d'une plateforme de contenus par exemple)

B/ PREMIÈRES ACTIONS A METTRE EN ŒUVRE :

En priorité

- Partage du diagnostic
- Finalisation du carnet d'inspiration
- Mise en place d'un réseau d'ambassadeurs
- Charte d'hospitalité accompagnée d'un discours de preuves

Les connexions territoriales

Comment développer les connexions territoriales ?

- Identifier quelles typologies de réseau / territoire
- Identifier les moyens humains et financiers
- Mettre en place une conciergerie = opportunité

Identification des différents types de réseaux - première approche

- Réseaux sectoriels (industrie, technologies...)
- Réseaux thématiques (RSE, développement durable...)
- Réseaux associatifs
- Réseaux institutionnels
- Technopole
- ODT
- EPV

Logique de fonctionnement

- Donnant - donnant, chacun peut s'appuyer l'un sur l'autre
- Proposer des actions concrètes, des preuves pour mobiliser les réseaux
- Identifier des référents au sein de la Région et au sein des territoires pour faciliter le lien = courroies de transmission

Les actions événementielles de lancement

Pour assurer le lancement d'un tel dispositif de connexions territoriales, a été abordée la mise en place de rencontres physiques événementielles :

- Bus de la Nouvelle-Aquitaine
- Roadshow
- Tour de France de la Nouvelle-Aquitaine
- Salon du Made in Nouvelle-Aquitaine avec stand Club = carrefour de rencontres - melting-pot
- Brique B to B du "Made in NA »

Quelques questions complémentaires

- Comment animer ce réseau ?
- Quel filtre pour sélectionner les pépites du territoire ?
- Quelle fréquence dans les échanges ? Par quels biais ?

OBJECTIFS DU GROUPE DE TRAVAIL

- Convaincre les potentiels entrants de choisir notre territoire pour visiter, s'installer, étudier, vivre ou investir.
- Améliorer les conditions d'accueil des territoires en échangeant des bonnes pratiques et en mutualisant des ressources.

ENJEU PRINCIPAL

- Attirer des prospects (économiques, touristiques et résidentiels) sur nos territoires en devenant plus désirable en termes d'hospitalité, d'image et de services.

1/ CRÉATION DE « MAISONS D'ACCUEIL »

L'idée globale est de proposer une conciergerie/corner « Maison d'accueil » au sein des Offices de Tourisme de la Région ou à tout endroit stratégique au niveau local.

Il faut pouvoir fournir dans ce cadre un accueil témoignant de l'hospitalité de la Région et de ses personnels et ainsi créer un climat de confiance pour tout nouvel entrant, qu'il soit particulier ou pro. Le pilotage serait assuré à l'échelle locale, avec une coordination régionale et un appel au privé dans le cadre de l'aide aux démarches administratives (notamment pour les étrangers).

Les ressources :

- le « Welcome Pack » reprendra tous les éléments importants à savoir
- un appui de la diaspora présente en Nouvelle-Aquitaine et ayant des relais dans la région/pays d'origine des nouveaux habitants,
- un système de parrainage facilitant l'intégration et pouvant être envisagé à l'échelle scolaire/universitaire pour les enfants ou de l'entreprise/cluster pour les salariés.
- Le tissu associatif et ESS sera particulièrement mobilisé afin d'assurer un accueil et une intégration optimum.

Risques mentionnés :

- Peur d'une usine à gaz, d'un outil mal maîtrisé et disséminé dans la Région...
- Ne pas imposer un format unique de « Maison d'Accueil » à tous les territoires et bien prendre en compte les spécificités et volonté locales d'accueil.
- Les personnels des collectivités ne sont pas formés à l'accompagnement administratif et bancaire des étrangers, ce n'est en outre pas leur rôle. Il ne faudra donc pas se substituer au secteur privé.

Conclusion : possibilité de recentrer ces « maisons d'accueil » sur des espaces découverte de la Nouvelle-Aquitaine.

2/ LE « WELCOME PACK »

Projet de court terme, préalable à la « Maison d'Accueil ». Il a été envisagé comme son support digital et papier. L'objectif est de fournir à tout nouvel entrant un guide pratique recensant les contacts clés pour les démarches, les témoignages d'habitants valorisant le territoire, les infos locales sur la culture/sport/loisir, l'école et les crèches, l'offre de soin, les transports et un topo sur les quartiers et l'offre immobilière disponible.

Le tronc commun de ce guide sera à déterminer au niveau régional, afin de conserver des marqueurs commun sur l'attractivité régionale (à affiner au niveau local). On pourrait y associer des cadeaux de bienvenu, des bons de réduction, des adhésions gratuites à la sphère associative ou encore des plans de repérage et des circuits de découvertes des territoires d'accueil.

Le pilotage serait du même type que pour le premier projet, avec la volonté de rester au plus près du terrain.

Nos ressources sont déjà sur place : profiter du dynamisme et des besoins des agences immobilières nous semble une bonne option pour s'assurer de la diffusion de ce guide, ainsi que des « Maisons d'Accueil » disponibles. Les sites institutionnels auraient aussi le guide en téléchargement, les mairies et Office du Tourisme en format papier. L'aéroport et la gare, ainsi que les corners de transports en commun pourraient aussi en distribuer.

Si la richesse culturelle de nos territoires (et son réseau) est un gage de réussite à court terme, à moyen/long terme il faudra éviter l'écueil de la multiplication de guide d'accueil : l'enjeu est de conserver un guide d'accueil quel que soit le type d'arrivant. On pourrait envisager de le doubler par un guide plus spécifique à l'enfance.

Donner envie de voir plutôt que de tout donner : telle est la route à tracer !

ATELIER RECRUTER & ATTIRER DES TALENTS

OBJECTIFS DU GROUPE DE TRAVAIL

- Identifier et mettre en œuvre des actions collectives permettant de renforcer l'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine / des territoires / des acteurs pour les actifs et les « talents » en général.

ENJEU PRINCIPAL

- Convaincre les futurs salariés, qu'ils soient des demandeurs d'emploi, des candidats à une nouvelle vie, ou des talents à garder sur le territoire.

Les nombreuses propositions peuvent être analysées sous 5 entrées :

- Développer un/des réseau(x) (ambassadeurs, actions de promotion à l'étranger et à Paris)
- Agir au niveau des entreprises (accueil et intégration, vidéos de témoignages, visites d'entreprises, échanges de salariés)
- Donner à voir l'offre du territoire comme un projet de vie global, au-delà de l'emploi du salarié (offres packagées, centres de ressources, emploi du conjoint)
- Agir par le dynamisme des filières et leur lien avec les formations
- Mener des actions collectives de recrutement par territoire ou par filière (job dating, sourcing, GPEC territoriale).

1/ CRÉATION D'OUTILS DE COMMUNICATION

Production et déploiement de supports de communication pour chaque bassin d'emploi, pour pouvoir présenter son offre de vie et ses services d'accueil, en incluant l'emploi du conjoint donc avec une vision élargie par rapport aux outils développés par le groupe de travail Convaincre & accueillir. Le Club et le groupe de travail permettront de mettre en place et de diffuser une méthodologie, qui sera accompagnée du Carnet d'Inspiration, pour que les territoires puissent créer leurs supports

→ Contenu :

- offre de vie et d'accueil tourisme, loisirs, santé, éducation, culture, emploi (du conjoint), tissu économique, immobilier, services
- témoignages
- utilisation du Carnet d'Inspiration (+ déclinaison des supports en plusieurs langues)

→ Diffusion :

- Partenariats avec les plateformes web d'offres d'emploi (ex : APEC) pour globaliser l'information et associer la valorisation des territoires aux offres d'emplois
- Déploiement de l'outil logiciel de l'ancienne structure de développement du Limousin, qui permet de bâtir des argumentaires clés en main (« proposal management ») à travers une matrice Territoire local / Territoire Région / entreprise ou filière / services livrant des outils personnalisés.

2/ OPÉRATIONS TERRITORIALES DE RECRUTEMENT

- A partir de best practices sur la GPECT et le recrutement, créer des méthodologies communes
- Généraliser les opérations territoriales à la Maison de la Nouvelle-Aquitaine)

3/ AUTRES ACTIONS PROPOSÉES

- Réseaux d'ambassadeurs
- Globalisation des opérations de recrutement délocalisées