

ATTRACTIVITÉ

La Normandie veut séduire les jeunes actifs

La Normandie aura besoin de jeunes talents pour assurer son développement économique. Pour attirer de jeunes actifs, l'agence régionale Normandie Attractivité lance une nouvelle campagne afin de changer son image.

PHILIPPE LEGUELTEL APRIM-CAEN

L'heure de la mobilisation a sonné. Lancée à Caen par Normandie Attractivité, l'agence de marketing territorial de la région depuis 2017, à l'occasion de la Journée mondiale du bonheur et du bien-être (un signe !) le 20 mars, une nouvelle campagne de communication vise à séduire une catégorie d'âge qui fait encore défaut à la région. « Les jeunes actifs aujourd'hui, notamment à Paris, ne savent pas qu'ils peuvent y faire carrière. Pour cela, nous avons besoin de tous nous

mobiliser pour leur prouver qu'il y a des métiers d'avenir qui ont du sens et un vrai mouvement collectif pour avancer vers une économie décarbonnée », observe Vianney de Chalus, président de Normandie Attractivité, en présence des vice-présidentes de la Région, Sophie Gaugain, en charge du développement économique, et Nathalie Porte, en charge du tourisme et de l'attractivité.

« UNE TERRE D'AVENIR »

Plus connue pour ses pommiers et ses vaches, la région, moins réputée pour ses capacités industrielles, veut faire savoir qu'elle pèse écono-

miquement (l'industrie y représente 20 % du PIB régional contre 13 % en moyenne nationale) et qu'elle est engagée dans le mouvement de la transition énergétique. « L'axe Seine va être un acteur important, avec de grosses implantations comme Eastman et Futerro, à Port-Jérôme. Oui, la Normandie est un endroit où il fait bon vivre, mais c'est aussi une terre d'avenir », plaide Pierre-Jean Leduc, président du Medef Normandie et de Demgy Group, solidement implanté à Saint-Aubin-sur-Gaillon. Les atouts ne manquent pas avec un cadre de vie partagé entre terre et mer, sans oublier de réelles opportunités de carrière. « Nous aurons des

besoins estimés entre 30000 et 40000 jeunes sur les dix ans qui viennent pour porter l'ensemble des projets, entre énergie et mobilités », anticipe Alban Verbecke, président de Normandie Energies et directeur de l'action régionale d'EDF.* Néo-Normand et fondateur de Neolitik, Marc Dib, venu du Val d'Oise à la recherche de locaux pour sa startup industrielle (un matériau alternatif au béton) et installé désormais à Fécamp, a fait le déplacement à Caen. « L'accompagnement de notre projet a été au rendez-vous. Quant au cadre de vie, il correspond exactement à ce que je cherchais : une qualité de vie incroyable, l'air pur de la mer, pas

trop de monde, pas d'incivilités... », témoigne le jeune dirigeant. Pour convaincre, une vidéo « La Normandie pour un monde meilleur » a été réalisée par l'agence d'attractivité, qui va pouvoir compter sur ses réseaux, y compris sociaux (près de 60000 abonnés), mais aussi sur ses vingt et un clubs de Normands à l'étranger, ses 1200 partenaires et ses 11000 ambassadeurs à travers le monde pour la relayer. « Nous voulons créer une dynamique économique et sociale positive avec ce projet collectif. Nos besoins sont énormes, ne soyons pas taiseux pour attirer les jeunes », prévient Michael Dodds, son directeur général.



La campagne et la vidéo ont été lancées en présence de Michael Dodds, Alban Verbecke, Vianney de Chalus et Marc Dib (de gauche à droite)



ROSSEL
CONSEIL
LEGALES

PROFESSIONNELS DU DROIT | DU CHIFFRE | NOTAIRES



OPTIMISEZ VOTRE TEMPS

avec notre

OFFRE SPECIALE

valable jusqu'au 11 avril 2024

-50 %* sur les frais d'honoraires
à valoir sur votre 1^{er} dossier de formalités

code promo : formalités2024

*voir conditions de participation en flashant le QR Code



Flashez ce QR Code
pour profiter de l'offre.

09 70 80 86 12 serviceclientslegales@rosselconseil.fr