

Economie | Nouvelle-Aquitaine : une campagne pour attirer les travailleurs à haute valeur ajoutée



Le président de Région Alain Rousset a dévoilé le 18 octobre à la Maison de La Nouvelle-Aquitaine un nouveau plan de communication du territoire à l'échelle nationale. 850 affiches publicitaires déclinées en 4 modèles différents seront progressivement déployées dans le métro parisien dès cette semaine, pour plusieurs mois. Une véritable campagne de marketing territorial assortie d'une vidéo promotionnelle, d'une série d'encarts dans les titres de presse nationaux et d'un logo digne d'une marque de tour-operator : « Nouvelle-Aquitaine : l'esprit nouvelle vague ». Coût total: 400 000 €.

Mais pourquoi une telle opération séduction auprès d'un public essentiellement parisien ? Pour attirer des touristes dans la région, certes, mais pas seulement. « Dans cette campagne d'attractivité, l'objectif n'est pas que touristique. Le message que nous voulons faire passer c'est que nous développons un modèle économique et social humain, et qu'il fait bon vivre et travailler sur notre territoire », explique Alain Rousset, « je ne comprends pas un certain nombre de « penseurs » qui ne veulent pas comprendre que la compétitivité d'une entreprise passe par le bien-être des hommes et des femmes qui la font ». Et de rappeler que la région a développé « formation, élévation des compétences professionnelles et bien-être au travail », au point d'un faire un leitmotiv.

Voilà pour la forme. Sur le fond, la Nouvelle-Aquitaine a évidemment bien des intérêts à faire venir de nouveaux travailleurs sur son territoire. Mais pas tous. Comme partout ailleurs, certains secteurs sont totalement saturés comme les métiers de service du tertiaire (banque, assurance, etc.) et la région peine à recaser « les conjoints » des personnels mutés dans l'industrie de pointe : « Ils viennent grossir les rangs de Pôle Emploi », constate Alain Rousset.

Pourtant, lorsqu'on lui demande quels profils la région compte attirer, Alain Rousset s'agace d'avoir à donner une réponse qui lui semble évidente : « Aujourd'hui, on ne peut plus habiter Paris ! [...] Il se passe un phénomène ces derniers temps dont peu se rendent compte : les gens ont besoin d'avoir un cadre de vie, et nous répondons à ce besoin », commence-t-il par répondre avant de préciser « Nous avons fait réaliser plusieurs études par un certain nombre d'économistes et de géographes, il apparaît clairement que les jeunes cadres vont de plus en plus dans les campagnes [...] Je préfère anticiper cette évolution et les faire venir chez nous plutôt que de constater que nous avons raté le coche dans dix ans ».

Du chaudronnier à l'ingénieur

La Nouvelle-Aquitaine cherche donc des profils à haute valeur ajoutée : des ingénieurs, capables d'intégrer des entreprises développant des technologies de pointe (dont l'aéronautique et la recherche médicale) ; des entrepreneurs innovants de demain avec projet de start-up ; des jeunes formés aux nouveaux métiers du numérique (développeurs, encodeurs, webmaster...). Des profils diplômés et hyper spécialisés, mais pas seulement. La main d'œuvre qualifiée est également attendue, du chaudronnier à la petite main possédant des savoir-faire artisanaux traditionnels, très demandés dans l'industrie du luxe et du haut de gamme (maroquinerie, sellerie, ganterie, botterie). Objectif pour la région : doubler la productivité et la compétitivité de ses entreprises, pour mieux se positionner sur la scène internationale.

Mais suffira-t-il de placarder des paysages en 4 x3 vantant l'art de vivre néo-aquitain pour attirer dans les filets régionaux ces profils également sollicités dans d'autres bassins de vie ? La Région a tout prévu. Comme elle a récupéré la compétence économique anciennement dévolue aux Départements, suite à la réforme territoriale (loi Notre), Alain Rousset se dit clairement plus enclin à aider les collectivités locales via des coups de pouce financiers aux développements de leurs entreprises plutôt que d'investir dans un nouveau projet de bâtiment public. En plus des aides existantes pour l'accompagnement au développement des entreprises, la Région compte également inciter, via ses partenaires comme les Chambres et les Fédérations professionnelles, les entreprises à se mettre en réseau interdisciplinaire, pour faciliter l'insertion des nouveaux entrepreneurs, souvent en recherche de partenaires multiples lors de leur installation.



Une campagne de publicité de 4 visuels différents vantant l'art de vivre néo-aquitain vient d'être lancée dans le métro.

Anne-Lise Durif

Crédit Photo : Anne-Lise Durif
Publié sur aqui.fr le 19/10/2017

[Url de cet article](#)