BRETAGNE

DOSSIER DE PRESSE

LANCEMENT DE LA CAMPAGNE D'ATTRACTIVITÉ TALENTS ET SANTÉ 2021-2023

Tout vivre EN CÔTES D'ARMOR

CONTACT
Christiane GUERVILLY
Chargée de mission Promotion / Attractivité
Côtes d'Armor Destination
02 96 58 06 58 : cguervilly@cad22.com

Côtes d'Armor le Département

Les Costarmoricains vous font découvrir

LE GRAND ARMOR.

LE 4 OCTOBRE, LES COTES D'ARMOR LANCENT UNE NOUVELLE CAMPAGNE D'ATTRACTIVITÉ POUR ATTIRER DES TALENTS, DES SOIGNANTS & DES ÉTUDIANTS EN MÉDECINE

Vivre au grand air, profiter d'une grande maison, se rapprocher de la nature, s'épanouir en famille, avoir une vie saine, vivre pleinement ses passions, donner du sens à sa vie professionnelle, oser développer son grand projet et créer son activité… **Les costarmoricains invitent les franciliens à prendre leur élan, à changer de vie et à rencontrer le Grand Armor.**

2021-2023 : UN NOUVEAU PLAN D'ACTIONS POUR ATTIRER TALENTS ET SOIGNANTS

La vitalité économique, démographique et culturelle d'un territoire dépend de sa capacité à accueillir de nouveaux habitants et à développer ses entreprises, ses emplois comme ses services et ses équipements.

Pour répondre à ces enjeux en Côtes d'Armor, le Département, des collectivités et des entreprises ont décidé de travailler ensemble pour renforcer la notoriété du territoire. Est née en 2015 la campagne d'attractivité « Tout vivre en Côtes d'Armor » pilotée par Côtes d'Armor Destination fixant trois défis à relever :
- Construire une image positive du département
- Attirer de nouveaux talents
- Séduire des familles en recherche d'une nouvelle vie.

La campagne « historique » renouvelée pour 3 ans

En 2021, les partenaires de la campagne d'attractivité « Talents » ont décidé de poursuivre le travail engagé depuis 6 ans. Ainsi 20 partenaires (8 EPCI, 10 entreprises, CAD et CD22) se sont engagés pour les 3 prochaines années (2021-2023) à participer au projet et à le financer.

[NOUVEAU] Un engagement fort sur la Santé

En janvier 2021, le Conseil Départemental a confié à CAD une mission complémentaire sur 3 ans (2021-2023) visant à attirer des médecins et des internes en Côtes d'Armor. Ces actions spécifiques à la santé s'inscrivent en complémentarité du plan d'actions global «Talents».

Ces deux axes sont articulés autour d'un concept commun : Placer les costarmoricains au cœur de l'invitation..

AGIR POUR QUI ?

Cette campagne de communication et de promotion veut répondre aux besoins :
- Des entreprises costarmoricaines en recherche de nouvelles compétences et qui recrutent
- Des collectivités souhaitant accueillir de nouveaux habitants et en particulier des familles
- Des costarmoricains pour améliorer l'offre de soins
- Des territoires pour accroître leur attractivité

LA CAMPAGNE D'ATTRACTIVITÉ GLOBALE «TALENTS»

Le plan d'actions 2021-2023

Cette année, la campagne s'appuie sur les costarmoricains pour apporter une dimension humaine forte. Véritables ambassadeurs, qui mieux qu'eux pour vanter leur qualité de vie ?

Dans cette optique, le plan d'actions a été établi selon quatre axes :

1/ Diffusion d'un sport TV de 25" pendant 1 mois en replay web et TV sur My TF1 et France.TV, en Île-de-France. La vidéo sera diffusée 1 million de fois entre le 4 et le 31 octobre 2021.
L'objectif est de développer la notoriété du département.

VOIR LE SPOT : https://youtube.be/hHvS2ccYCIs

2/ Une opération «Greeters» : 20 costarmoricains (dont 9 sur la santé) passionnés et amoureux de «leur coin» partagent leur quotidien en vidéo et proposent d'échanger avec des franciliens en recherche d'une nouvelle vie. Chaque semaine, pendant 2 mois, 2 vidéos seront diffusées sur Facebook et LinkedIn. Les internautes pourront leur poser des questions. Au total, 1 500 000 diffusions sont programmées en octobre et novembre.

Béatrice (Enseignante Marie Balavenne)
Enseignement supérieur
Typhaine (Armement Nazado)
Entreprise produits locaux et changement de vie
Yann (Agriculteur)
Conversion au bio, relocalisation, circuit court
Laurent (Enseignant INSEAC)
Passionné d'art
Fanny (Dirigeante Marine Akwa)
Entreprenariat et développement
Stéphane (Resp. site Hamon Automobiles)
Epanouissement professionnel et vie de famille
Hélène (Employée Banque CA 22)
Emploi, qualité de vie et course à pied
Nathalie (Dirigeante Perlépampille)
Immobilier, Centre ville et investissement
Nicolas (Directeur Adj RH LTM)
Recrutement et emploi
Johan (Dirigeant Filaj)
Entreprenariat local, projet immobilier et vie de famille
Eleanor (Cerfrance)
Evolution professionnelle, bien-être Centre-Bretagne

3/ Un partenariat d'un an avec la plateforme « Paris Je te quitte »
Un dossier spécial «Côtes d'Armor» est créé sur la plateforme Paris Je te quitte. Au total, 4 pages sont créées :
- Une page de présentation du département,
- Une page «Vivre en Côtes d'Armor»,
- Une page «Travailler en Côtes d'Armor»,
- Une page «Portraits» où deux costarmoricains qui ont changé de vie sont présentés : il s'agit d'un couple : Yoan Brière et Claire Imbert, de Trédrez Locquémeau.

La diffusion de cinq posts « portraits » sont également prévus sur Facebook et Instagram.

4/ Un événement digital «Rencontrez le Grand Armor»
Les franciliens seront invités à rencontrer et échanger en visio, sur des créneaux de 15 minutes avec des costarmoricains, experts dans 4 thématiques : l'immobilier, le marché de l'emploi, le cadre de vie et le changement de vie.

Un même évènement avait été organisé fin 2020 et avait permis, au travers d'une 50aine de RDV, d'échanger avec plus de 30 franciliens.

L'objectif de cette rencontre est d'établir un contact physique et relationnel avec les candidats à l'installation, apporter des réponses concrètes à leurs interrogations et lever les freins à leur prise de décision.

www.toutvivre-cotesdarmor.com

UN NOUVEL AXE FORT AUTOUR DE L'ATTRACTIVITÉ « SANTÉ »

Le contexte

L'objectif est d'asseoir une image dynamique et positive de l'exercice des métiers de la santé en Côtes d'Armor, afin d'accompagner le département et ses acteurs publics et privés à fixer sur le territoire de nouveaux professionnels de santé.

Les Côtes d'Armor sont en concurrence avec d'autres départements français mais également bretons. Dans cet environnement compétitif et face à l'enjeu de la démographie médicale, le département doit exister et être visible. Par ailleurs, **des investissements importants ont été réalisés par les Collectivités Territoriales** au cours des dix dernières années pour attirer des professionnels de santé. Les soignants, de leur côté, se sont organisés et proposent aujourd'hui la possibilité de travailler en exercice coordonné.

Ces initiatives ne profitent pas aujourd'hui d'une mise en valeur optimale auprès des jeunes médecins et internes. Pour bénéficier de retombées, il faut valoriser ses atouts et faire connaître son offre.

De plus, une opportunité se dessine. Le contexte actuel ouvre les portes à l'arrivée d'un plus grand nombre de professionnels d'ici quelques années. En effet, la loi « Ma santé 2022 » promulguée fin 2019 abolit le numérus clausus des inscriptions en facultés de médecine dès la rentrée de 2020. **Ces évolutions constituent une opportunité de positionner les Côtes d'Armor sur cette filière pour préparer l'avenir.**

Ainsi, en travaillant dès à présent la construction de l'image d'un territoire de santé, et en structurant la promotion de l'offre territoriale en la matière (équipements d'accueil, dispositifs d'accompagnement, réseaux professionnels...), **les Côtes d'Armor peuvent collectivement offrir un message clair, fort et précis sur l'offre, et se révéler compétitives par rapport à d'autres territoires pour attirer des médecins et des étudiants.**
Côtes d'Armor Destination a donc été missionnée dans ce cadre spécifique.

Les objectifs

• **Construire une image positive de l'exercice de la médecine en Côtes d'Armor** autour d'un message identitaire partagé qui sera le fil rouge de la communication dans le temps

• **Rendre visibile l'offre d'accueil des professionnels de santé et des internes :**

  • **Faire connaître l'offre d'installation** : les lieux d'installation disponibles (maisons de santé...), les dispositifs d'accompagnement (offres de salariat...), les aides à l'installation...

  • **Valoriser l'environnement d'exercice professionnel** : les réseaux professionnels, les hôpitaux et cliniques, les exemples de collaborations, les dispositifs innovants, les équipements en pointe dans certaines unités, les spécialités du territoire...

  • **Faire connaître l'offre d'enseignement et de stage** : les écoles d'infirmières, l'enseignement Rennes 1 à Saint-Brieuc, les stages disponibles, promouvoir les maîtres de stage et les conditions d'accueil en local (PASS étudiants, logements, stages, internat...).

• **Mettre en valeur le cadre de vie** dans le but d'attirer de nouveaux médecins et spécialistes et leurs familles, candidats au changement de vie afin de les fixer sur les Côtes d'Armor.

Les cibles de la campagne de promotion

• **Les médecins candidats au changement de vie**, en quête d'un lieu d'exercice de leur métier qui convienne à leurs aspirations professionnelles et familiales, en début ou en cours de carrière, pour une installation en libéral ou en salariat

• **Les étudiants en médecine** pour la réalisation de leurs stages tout au long de leur cursus de formation.

Le plan d'actions 2021-2023

1/ Une présence sur le site «What's Up Doc» pour répondre à un objectif de notoriété :
3 mégabannières pour toucher les médecins et étudiants au sein du premier site d'info et de recrutement des jeunes médecins. L'objectif est de travailler la notoriété tout en invitant à la visite du site web.

Cette action est programmée pendant 1 mois à compter du 4 octobre 2021, autour des 3 messages phares de la campagne : La qualité de vie et l'épanouissement en famille ; l'échange, le travail coordonné et pluridisciplinaire ; la formation et l'accompagnement. 100 000 diffusions sont prévues.

Les trois visuels de campagne pour les réseaux sociaux et les bannières web sont les suivants :

Visuel 1 : qualité de vie

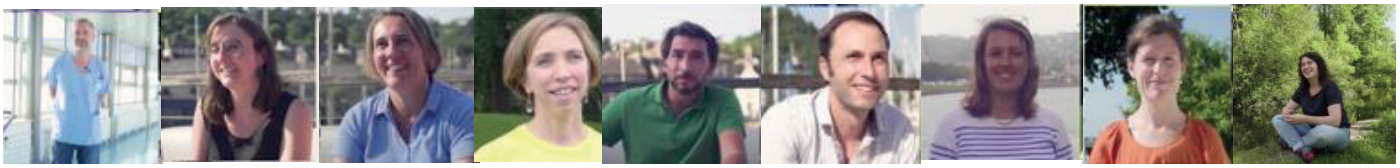
Visuel 2 : échange, accompagnement, coordination des soins

Visuel 3 : équipements, opportunités professionnelles.

2/ Une campagne digitale sur les plateformes audio : diffusion d'un spot radio de 20'' au sein d'environnements audio qualitatifs où l'écoute est active. Diffusion pendant 1 mois en Île-de-France et dans le quart nord-ouest. 600 000 diffusions sont programmées.

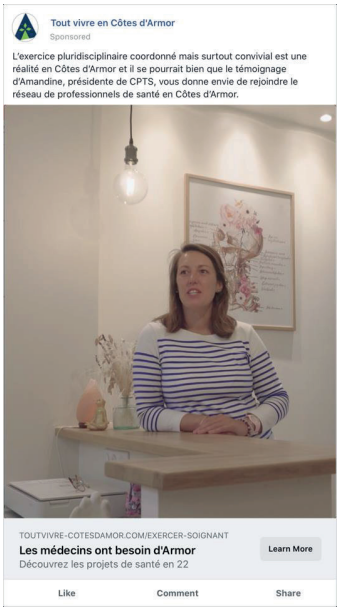
DEEZER SOUNDCLOUD Spotify

3/ L'opération «Greeters» : 9 professionnels de santé sont filmés et témoignent de leur vie et de l'exercice de leur métier en Côtes d'Armor. Le format est simple et les vidéos sans artifice pour illustrer l'authenticité du territoire.
Diffusion : 1 vidéo par semaine sur LinkedIn et Facebook. en octobre et novembre.
Les témoignages vidéos sont complétés par 4 interviews écrites qui seront en ligne sur le site :
www.toutvivre-cotesdarmor.com.



Ils témoignent en vidéo :
Laurent, Médecin pédiatre et chef de service à l'Hôpital
Accompagne internes & jeunes médecins
Alice, jeune Médecin généraliste, exercice mixte, libéral et enseignement
Gaël, Médecin généraliste Maître de stage Universitaire en milieu rural
Amandine, Kiné Ostéopathe, Présidente de CPTS,
4 Chirurgiens et spécialistes, nouvellement arrivés en Côtes d'Armor
Géraldine, Infirmière puéricultrice Coordinatrice de pôle de santé

Ils livrent leur expérience par écrit
Gwendoline, médecin généraliste qui arrive de Marseille. Elle a choisi le milieu rural
Arnaud, jeune médecin généraliste, qui s'installe après une période de remplacement et prend la présidence d'un Pôle de Santé adossé à une SISA
David, médecin généraliste qui exerce en centre de santé, exercice mixte urgences hop et centre de santé
Eric, médecin sur la côte : il a monté son pôle de santé pour accompagner ses collègues à l'exercice coordonné.



Tous les témoignages sont disponibles sur www.toutvivre-cotesdarmor.com

La collection des guides d'accueil s'étoffe pour les candidats à l'installation et les recruteurs

Le **guide d'accueil** « Vous aussi, vivez le Grand Armor » s'adresse aux candidats à l'installation en Côtes d'Armor et aux entreprises costarmoricaines qui ont besoin de présenter les atouts et la diversité du département dans le cadre de leurs recrutements. Un premier numéro à l'échelle des Côtes d'Armor avait été créé en 2020.

Pour plus de personnalisation, ce guide fait l'objet d'une **collection à l'échelle des agglomérations**. Le premier, qui concerne Lamballe Terre & Mer, est sorti en Septembre 2021. Les candidats à l'installation y trouveront des premières informations sur le cadre de vie du territoire concerné, les principales villes, l'environnement économique, la création d'entreprise, la recherche d'emploi, l'offre de loisirs, d'écoles, de formations supérieures…

LE PROJET « TOUT VIVRE » : L'ASSOCIATION DE 20 PARTENAIRES PUBLICS ET PRIVÉS

La campagne « Tout vivre en Côtes d'Armor » s'appuie sur un partenariat public-privé composé de 10 entreprises et 8 EPCI, Côtes d'Armor Destination et le Conseil Départemental des Côtes d'Armor.

L'UNION FAIT LA FORCE

En mutualisant leurs moyens et leurs forces, les partenaires permettent au territoire de se démarquer et de renforcer la visibilité des Côtes d'Armor à l'échelle nationale.

S'INVESTIR DANS UNE DÉMARCHE PUBLIC-PRIVÉ

Cette collaboration entre les collectivités et les entreprises envoie un message positif de notre territoire et illustre le sens du travail en commun et la relation de proximité qui font la richesse des Côtes d'Armor.

PARTICIPER À L'ATTRACTIVITÉ DE SON DÉPARTEMENT

En tant que partenaires de la campagne, les entreprises et EPCI participent aux actions de promotion menées pour porter l'image du Département.

DÉCOUVREZ NOS OUTILS DE PROMOTION SUR LE WEB :

- Notre site : www.toutvivre-cotesdarmor.com
- Notre page Facebook : www.facebook.com/Toutvivre.cotesdarmor
- Nos vidéos témoins : www.toutvivre-cotesdarmor.com/Ils-ont-choisi-les-Cotes-d-Armor
- Notre page LinkedIn : www.linkedin.com/showcase/tout-vivre-en-côtes-d'armor
- Le guide d'accueil : www.toutvivre-cotesdarmor.com/Choisissez-tout/S-installer-en-Cotes-d-Armor-guide-2020
- Nos lettres d'infos : www.cad22.com
- Notre chaîne YouTube : https://www.youtube.com/CotesdArmorDestination

CONTACT
Christiane GUERVILLY
Chargée de mission Promotion / Attractivité
Côtes d'Armor Destination
02 96 58 06 58 : cguervilly@cad22.com