

25 mars 2022

Attractivité

Parlons-en...





Attractivité : un concept multidimensionnel

ATTIRER **ET** RETENIR LES POPULATIONS,
LES ENTREPRISES, LES CAPITAUX ET LA
MAIN D'ŒUVRE

1. PERSONNES PHYSIQUES

INSTALLATION TEMPORAIRE OU DÉFINITIVE

2. ENTREPRISES DÉJÀ IMPLANTÉES

OU EXTÉRIEURES AU TERRITOIRE



Attractivité :

1. POUR NOS COLLABORATEURS

CADRE de VIE : capital naturel, climat, espaces verts, accès à la culture, aux divertissements, au sport, propreté, sécurité...

CONDITIONS de VIE : logement, accès au marché du travail, ressources suffisantes, déplacements aisés, accès aux soins fondamentaux, éducation et petite enfance, participation à la vie sociale et politique...



Attractivité :

2. POUR NOS ENTREPRISES

- Offre foncière et immobilière
- Infrastructure de transport et d'accueil
- Couverture fibre - numérique
- Présence d'une main-d'œuvre qualifiée
- Offre de formation (écoles, laboratoires de recherches, organismes formation)
- Structure d'accompagnement (pépinières, incubateurs, service économique des collectivités, chambres consulaires, Pôle emploi, Apec, asso. de dirigeants...)
- Qualité du cadre de vie et l'environnement
- Rayonnement (culturel, sportif, économique, scientifique)
- Ouverture à l'international

Les enjeux pour nos entreprises

GÉRER LES ÉQUILIBRES :

entre habitat et économie

entre urbanisation et espaces naturels

si attractivité trop forte, impact négatif à la fois :

- sur habitants (augmentation prix immobilier, perte de cohésion sociale, difficultés à se déplacer...)

- sur territoire (urbanisation à outrance, altération des paysages, augmentation pollution...) in fine, détérioration du cadre de vie.

ATTRACTIVITÉ INCLUSIVE POUR SA PÉRENNITÉ

CRÉER DES CERCLES VERTUEUX POUR ALIMENTER L'ATTRACTIVITÉ

entre synergies ponctuelles et écosystèmes durables

pour info - INSEE 2020 : Données démographiques

Projection population 2030 : 101 600 soit l'accueil de 20 500 personnes en 10 ans.



Les forces

- QUALITÉ DE VIE : OFFRE ACTIVITÉ VARIÉE - PROXIMITÉ
- ESPACES NATURELS RICHES ET DIVERSIFIÉS
- ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE, CULTURELLE
- ACCESSIBILITÉ VIA AXE AUTOROUTIER
- PROXIMITÉ MÉTROPOLES ET POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT
- ENGAGEMENT DES ENTREPRISES ET CITOYENS
- ÉCOUTE POLITIQUE
- NOTORIÉTÉ VITICOLE ET AGRICOLE
- DÉMARCHES ALTERNATIVES





Les faiblesses

FONCIER - IMMOBILIER

Offre faible, prix en hausse

Absence de concertation pour cohérence
activité/environnement/cadre

INFRASTRUCTURES TRANSPORT ET ACCUEIL

Si dynamique porteuse créée par A75 /A750,
en dehors de ces 2 axes, insuffisance sur la mobilité :

- pistes cyclables insuffisantes
- transports en commun (horaires et amplitude)

Insuffisance des capacités d'accueil , d'hébergements
et de restauration.

COUVERTURE FIBRE - NUMÉRIQUE

déploiement sur le territoire





Les faiblesses

EMPLOI/FORMATION

Manque de compétences qualifiées

Offre formation (initiale et continue) trop réduite, pas suffisamment qualifiante et technique (pas de correspondance aux besoins des entreprises)

IDENTITÉ

Absence d'une identité territoriale distinctive au regard de la région, des régions avoisinantes, du territoire national

Initiatives multiples - manque d'unicité - visibilité et efficacité de la communication délayée (endogène et exogène)

Méconnaissance sur pilotage et évaluation des actions portées par le Pays

Positionnement du Territoire face aux Métropoles et autres territoires environnants
les partenariats à mettre en valeur



Leviers d'action

CONFORTER ET AMPLIFIER LES FILIÈRES STRATÉGIQUES, EXISTANTES OU ÉMERGENTES VIA LE DÉVELOPPEMENT DURABLE :

- Filière viti-vinicole
- Filière agricole et agro-alimentaire
- Filière tourisme
- Activités développement durable : espaces naturels, traitement et recyclage des déchets, génie climatique, environnement, énergie, éco-construction, cosmétique bio, alicament... toutes les "éco-activités"
- Métiers d'Art
- Les fédérer en filières et sous filières d'excellence. Montée en gamme



Leviers d'action

CRÉATION D'UNE IDENTITÉ TERRITORIALE ("MARQUE") ET STRUCTURE UNIQUE DÉDIÉE (SOUPLE ET RÉACTIVE)

Coordonner "l'attractivité " avec tous les acteurs

Identifiée par l'ensemble des acteurs et "acheteurs"

Vision du Pays, cohérence et unicité des messages

Indicateurs analyse et évaluation

Valoriser l'existant

Maintenir lien avec Métropoles - coopération, complémentarité

POLITIQUE DE FORMATION

Anticiper les besoins, étoffer et adapter l'offre par la qualification

et la quantification des besoins. Liens auprès entreprises + réactivité

L'ACCÈS À L'EMPLOI

Solutions étayées de mobilité et offre de logement pour les actifs

(présent ou nouvel entrant)



Leviers d'action

AXES COMPLÉMENTAIRES

- Construire une offre foncière adaptée aux besoins entreprises
- Accompagner la transition énergétique
- Vers un office du tourisme unique : meilleure synergie, communication recentrée et globalisée, efficacité
- Valorisation des villes et villages
- Développer l'offre sportive en intérieur et recenser l'offre

