

la CREUSE
le Département



Promouvoir et développer l'attractivité

FEDER Massif Central –DOMO 2021-2023

Priorité 7 : Massif Central

Objectif Stratégique 5 : Une Europe plus proche des citoyens par l'encouragement du développement durable et intégré de tous les types de territoires et des initiatives locales

Objectif spécifique 5.2 : Encourager le développement social, économique et environnemental intégré et inclusif ainsi que la culture, le patrimoine naturel, le tourisme durable et la sécurité ailleurs que dans les zones urbaines

Type d'action 7.5.2.6 : Promouvoir et développer l'attractivité

« L'attractivité et l'accueil comme fers de lance du territoire de la Creuse »

Candidature du Conseil Départemental de la Creuse
en collaboration avec :



SOMMAIRE

1	Introduction	3
1.1	<i>L'accueil en Creuse : une tradition.....</i>	3
1.2	<i>Le Département, coordonnateur de la politique d'attractivité en Creuse.....</i>	4
2	Bilan depuis 2019- Diagnostic Actualisé	5
2.1	<i>Le contexte démographique général.....</i>	5
2.1.1	Estimation de population au 1er janvier 2023.....	5
2.1.2	Evolution depuis 2019	5
2.1.3	Enjeux	7
2.2	<i>Zoom sur la démographie médicale.....</i>	8
2.2.1	Un manque important de professionnels de santé libéraux.	8
2.2.2	Un manque d'attractivité du territoire creusois pour les médecins.....	9
2.2.3	Evolution depuis 2019	9
2.2.4	Enjeux	10
2.3	<i>Les autres secteurs en tension.....</i>	10
2.3.1	Un manque d'attractivité du territoire creusois pour les cadres.....	10
2.3.2	Un manque criant de personnel dans le secteur de l'artisanat du bâtiment	11
2.3.3	Enjeux	11
3	Une image a (re)conquérir	11
3.1	<i>Une image de la Creuse peu valorisée.....</i>	11
3.2	<i>... mais qui évolue.</i>	11
3.2.1	Evolution depuis 2019	11
3.2.2	Enjeux	13
3.3	<i>Les autres actions départementales concourant à l'attractivité :.....</i>	13
3.3.1	La construction d'un partenariat à l'échelle départementale.	13
3.3.2	Le soutien aux acteurs de proximité.....	13
3.3.3	Les autres actions départementales concourant à l'attractivité	14
3.3.4	Enjeux	17
4	Projet : Tirer les enseignements, conforter, renouveler	17
4.1	<i>Conforter et renouveler les pratiques de l'attractivité et de l'accueil</i>	17
4.2	<i>Le rôle du Département au sein d'une collaboration territoriale départementale</i>	17
4.2.1	Le rôle du Département : enjeux.....	17
4.2.2	L'articulation EPCI - Département	17
4.3	<i>Présentation du programme d'actions.....</i>	18
4.3.1	Action 1 : Culture de l'accueil : (re)mobiliser un réseau d'acteurs et l'animer, outiller et fédérer de nouveaux partenaires.	18
4.3.2	Action 2 : Construction d'une offre globale d'installation et d'intégration de nouveaux actifs.....	20
4.3.3	Action 3 : La promotion territoriale et la prospection	21
4.3.4	Action 4 : L'accompagnement des porteurs de projets et l'évaluation	22
5	Le portage politique et la gouvernance partenariale	23
5.1	<i>La vie du réseau.....</i>	23
5.2	<i>Les moyens dédiés.....</i>	23
6	Plan de financement	24

1 INTRODUCTION

1.1 L'accueil en Creuse : une tradition

Accueillir est depuis toujours une culture du Limousin.

Dans la période la plus récente, précurseur dès les années 90, l'ancienne Région Limousin avait fait le pari d'élaborer une politique d'accueil volontariste, à travers la mise en place d'un véritable réseau au service de l'installation de nouveaux arrivants en Limousin.

Un dispositif de Pôles Locaux d'Accueil (PLA) s'était implanté sur les territoires pour décliner localement cette politique. Il en existait cinq en Creuse, principalement positionnés dans les anciens Pays et communautés de communes. Les objectifs de ces derniers étaient « de valoriser et de coordonner les actions en matière d'accueil, et de proposer une offre territoriale globale aisément lisible par les migrants potentiels ». Les animateurs-trices « accueil » apportaient une plus-value humaine à l'accompagnement traditionnel et diffus. Ils constituaient une véritable porte d'entrée sur les territoires. La politique d'accueil était alors souvent au cœur de la stratégie de développement de ces territoires, favorisant une approche transversale de leur action. Malgré les apports avérés de ce dispositif en matière de développement local, le bilan réalisé après plusieurs années de fonctionnement avait mis en évidence des résultats en demi-teinte (notamment un manque de lisibilité et d'efficacité) et un besoin de renouvellement stratégique. Les réformes territoriales, et la fusion des régions en particulier, ont mis un coup d'arrêt à la politique d'accueil régionale, et par ricochet, aux PLA.

Fort de cette expérience historique, en 2019, le Département a fédéré les EPCI creusois, lors du précédent appel à projet « Accueillir en Massif Central », et permis une réponse de conserve, excepté un territoire alors concentré à lisser les effets de la fusion.

Le bilan de ce parcours pourra sembler modeste, lié à une conjugaison de plusieurs facteurs défavorables à une ligne fédératrice continue :

- La crise sanitaire du « COVID » a freiné, voire empêché les actions et réseaux, basés sur le présentiel, l'humain,
- Les élections municipales, départementales et communautaires ont entraîné un temps de latence de plusieurs mois sur deux années. (Nota : Un territoire a renouvelé ses élections au terme d'une année, au cours de laquelle le fonctionnement a été difficile, accentué par l'absence longue durée de DGS et DGA),
- Deux territoires, lauréats de l'AAA précédent étaient en décalage et ont été moins impliqués dans la démarche partenariale en fin de période,
- La « défusion » du territoire Ouest a modifié l'homogénéité et les priorités de ce territoire, qui a dû entamer une reconstruction administrative et politique,
- Le fort turn over dans les EPCI mais aussi au sein des effectifs départementaux a entraîné une discontinuité de la cohésion d'ensemble, avec une présence morcelée de chargés de mission.

Néanmoins, fédérateur et coordonnateur de la stratégie au niveau du territoire départemental, le Département a développé les bases des outils et des politiques d'appui indispensables à une stratégie de déploiement commune de l'attractivité.

Malgré les efforts conséquents de tous les acteurs, aujourd'hui, la Creuse continue de se dépeupler, et ce malgré une nette augmentation du solde migratoire sur les trois dernières années. La poursuite d'une politique d'attractivité et d'accueil demeure donc pour le territoire départemental une impérieuse nécessité, constat unanimement partagé par les acteurs creusois.

Le rebond démographique via des projets structurants concourant à l'attractivité est d'ailleurs également l'objectif stratégique transversal du nouveau Plan Particulier pour la Creuse (PPC2), en cours de co-construction, traduction de la commande du gouvernement aux élus creusois d'initier un plan de revitalisation global pour la Creuse.

Au niveau national, la crise sanitaire du « COVID » a insufflé un changement dans la conception sociétale du mode de vie français. Le retour à l'essentiel, « aux fondamentaux », l'envie d'espace et de verdure, synonymes de qualité de vie tentent aujourd'hui nombre de citoyens.

Cette opportunité circonstancielle, il nous faut impérativement la saisir.

1.2 Le Département, coordonnateur de la politique d'attractivité en Creuse

La Creuse ne désarme pas ; et pour preuve, le département attire davantage qu'il ne repousse, permettant ainsi de limiter la perte démographique. La croissance reste néanmoins fragile, et ne compense toujours pas le solde naturel. De fait, sans une masse critique de population, la Creuse ne pourra se développer convenablement et maintenir un niveau de services indispensable aux populations endogènes.

Ainsi, l'enjeu pour le Département de la Creuse, est de poursuivre la mobilisation des acteurs traditionnels de l'accueil et d'en fédérer de nouveaux, autour d'un objectif commun : l'attractivité et l'accueil au service d'une progression de la qualité de vie sur le territoire mais aussi, impérativement du nombre d'habitants.

L'ouverture d'une ligne sur les crédits européens réservés spécifiquement aux problématiques du Massif Central, dont la désertification est une problématique commune, ouvre dans cette perspective une opportunité de conforter une véritable politique d'attractivité et d'accueil en Creuse et de l'inscrire dans la durée.

Cette initiative territoriale devra, dans les lignes de son succès, être essaimée sur les autres territoires du Massif qui connaissent les mêmes problématiques, et à l'inverse, notre territoire pourra s'inspirer des expériences des autres territoires du Massif Central, dans l'objectif de demeurer une montagne habitée dans son intégralité, avec la particularité d'un habitat très dispersé, mais aussi quasi-continu.

De plus, l'esprit collaboratif et solidaire en cours d'élaboration au niveau creusois doit pouvoir s'étendre *in fine* au-delà ; si le territoire creusois n'a pas la capacité de répondre à une sollicitation, l'objectif est bien que les territoires du Massif puissent en bénéficier.

Au niveau local, l'engagement départemental est double :

- Accompagner les territoires engagés ou qui s'engagent dans une logique de subsidiarité et de complémentarité, chaque EPCI s'impliquant sur les actions pertinentes à son niveau, répondant à un besoin exprimé collectivement,
- Engager et déployer, au bénéfice de ces territoires, des actions ne pouvant être portées à leur seule échelle, offrant une valeur ajoutée et une cohésion d'ensemble.

Le Conseil Départemental continuera de s'investir plus spécifiquement sur la culture de l'accueil, la fédération des acteurs, l'animation du réseau, la mise en place d'outils décloisonnés, la promotion territoriale et la prospection de certains publics (notamment les médecins) en privilégiant une approche méthodologique innovante, rationnelle, et en confortant les actions développées depuis deux années.

Les communautés de communes de Creuse Grand Sud, de Porte de la Creuse en Marche, de Marche et Combraille en Aquitaine, Creuse Confluence, Haute-Corrèze Communauté et le Département ont donc décidé de mutualiser leurs efforts avec le dépôt de six réponses articulées et complémentaires, élaborées dans le cadre de temps techniques dédiés et validées par les élus respectifs.

La CC Creuse Sud Ouest est en réflexion et déposera potentiellement un dossier à l'automne.

Les deux territoires qui ne déposeront pas de dossier sur cette période participent néanmoins activement à la démarche collaborative :

- l'Agglomération de Guéret (CCAG) avec comme référent accueil le Tiers Lieux (« Quincaillerie »),
- l'entente Ouest Creuse (CC Pays Dunois, CC Pays Sostranien et CC Bénévent Grand Bourg) avec le chargé de mission du Contrat Territorial Régional, dont un mi-temps est réservé à l'attractivité.

2 BILAN DEPUIS 2019- DIAGNOSTIC ACTUALISE

2.1 Le contexte démographique général

2.1.1 Estimation de population au 1er janvier 2023

Le déclin démographique est continu depuis plusieurs décennies en Creuse avec une baisse de la population régulière depuis 40 ans.

Selon la dernière estimation de l'Insee, la population creusoise est passée sous la barre des 120 000 habitants : au 1er janvier 2023, la Creuse compterait 113 106 habitants, plaçant le département à l'avant dernier rang des départements de la France hexagonale en nombre d'habitants devant la Lozère (63 154 hab).

Depuis 1975, la Creuse a enregistré une perte de population de 30 219 habitants, soit une baisse de plus de 20,6 %.

De plus, la population vieillit fortement avec un indice de vieillissement de 166, soit 1,7 personne de 65 ans et plus par habitant de moins de 20 ans.

Avec une densité de 20,8 habitants par km², il se situe à un niveau très nettement inférieur à la densité nationale (106,1 hab. /km²).

Cette baisse est constatée sur presque toutes les communautés de communes à l'exception du Grand Guéret. Sur la même période, la population nationale et régionale a augmenté de 24 %.

A l'échelle communale, une lecture plus fine permet de nuancer cette trame générale, toutes proportions gardées : les pourcentages peuvent masquer des valeurs absolues assez inégales. Certaines communes arrivent à tirer leur épingle du jeu et à gagner en population, mais cette nuance positive reste faible en valeur absolue. Au-delà des facteurs déterminants (proximité des grands axes de communication, effet de polarisation d'une ville), d'autres raisons expliquent ce relatif dynamisme : initiatives privées, pôle d'emplois, ou politique communale volontariste.

Selon les projections de population de l'INSEE, le scénario central prévoit 122 000 habitants en 2050 (Insee, Omphale 2017). Mais le scénario le plus pessimiste envisage une baisse de population continue pour arriver à 92 000 habitants en 2070.

2.1.2 Evolution depuis 2019

Les statistiques étant linéaires et ne tenant pas compte des influences et initiatives venant contredire les projections, notre volonté réaffirmée collectivement est contrecarrer cette tendance mathématique.

Ainsi, les efforts menés depuis 2019 en matière de politique d'attractivité et d'accueil commencent à produire leurs effets. Les dernières statistiques disponibles montrent en effet que le solde migratoire connaît un rebond sans précédent en faveur du territoire.

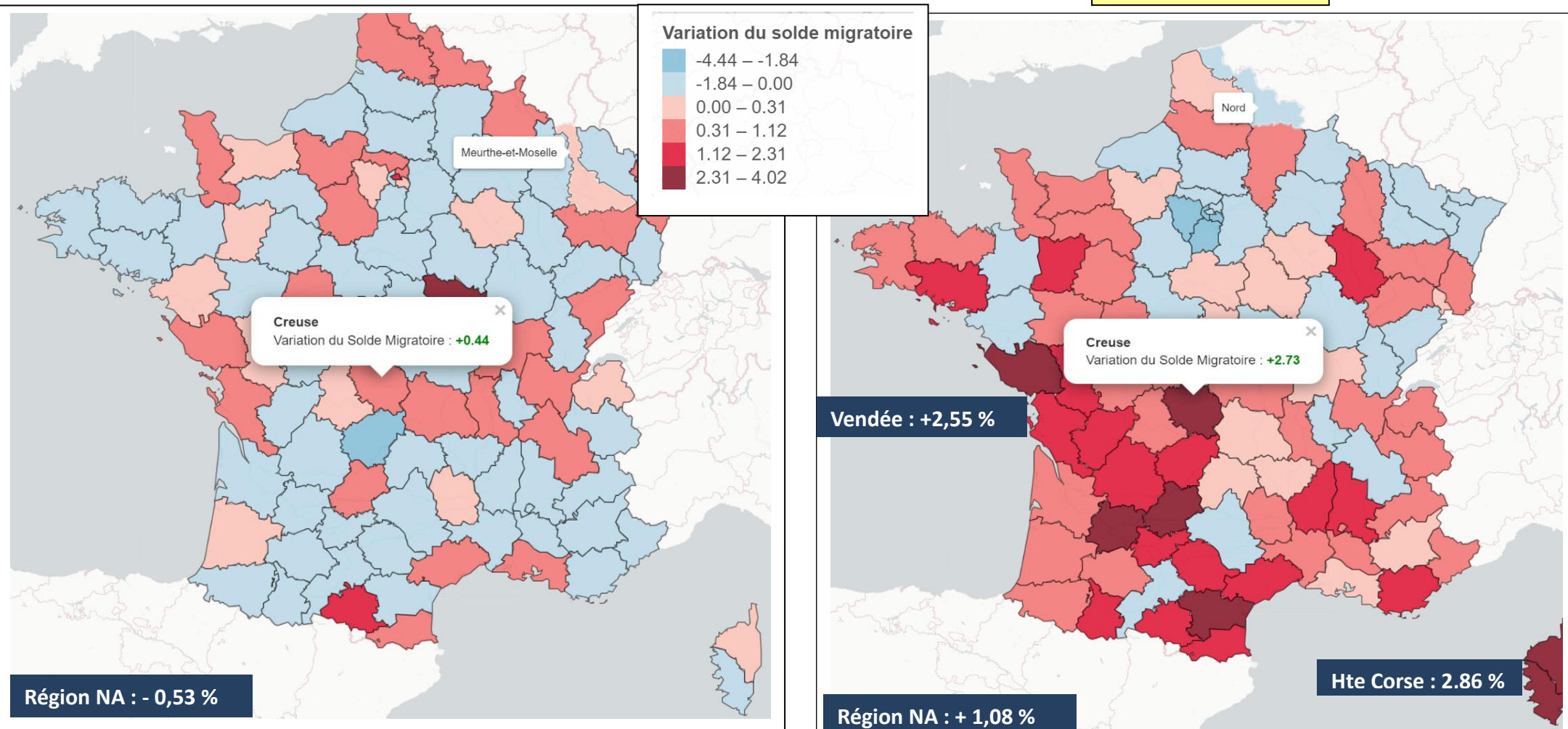
Cf cartes ci-après.

Le solde migratoire connaît une progression sans précédent, parmi les plus importants au niveau national, passant de 0,44 sur la période 2017-2019 à 2,73 sur la période 2020-2022.

SOLDE MIGRATOIRE

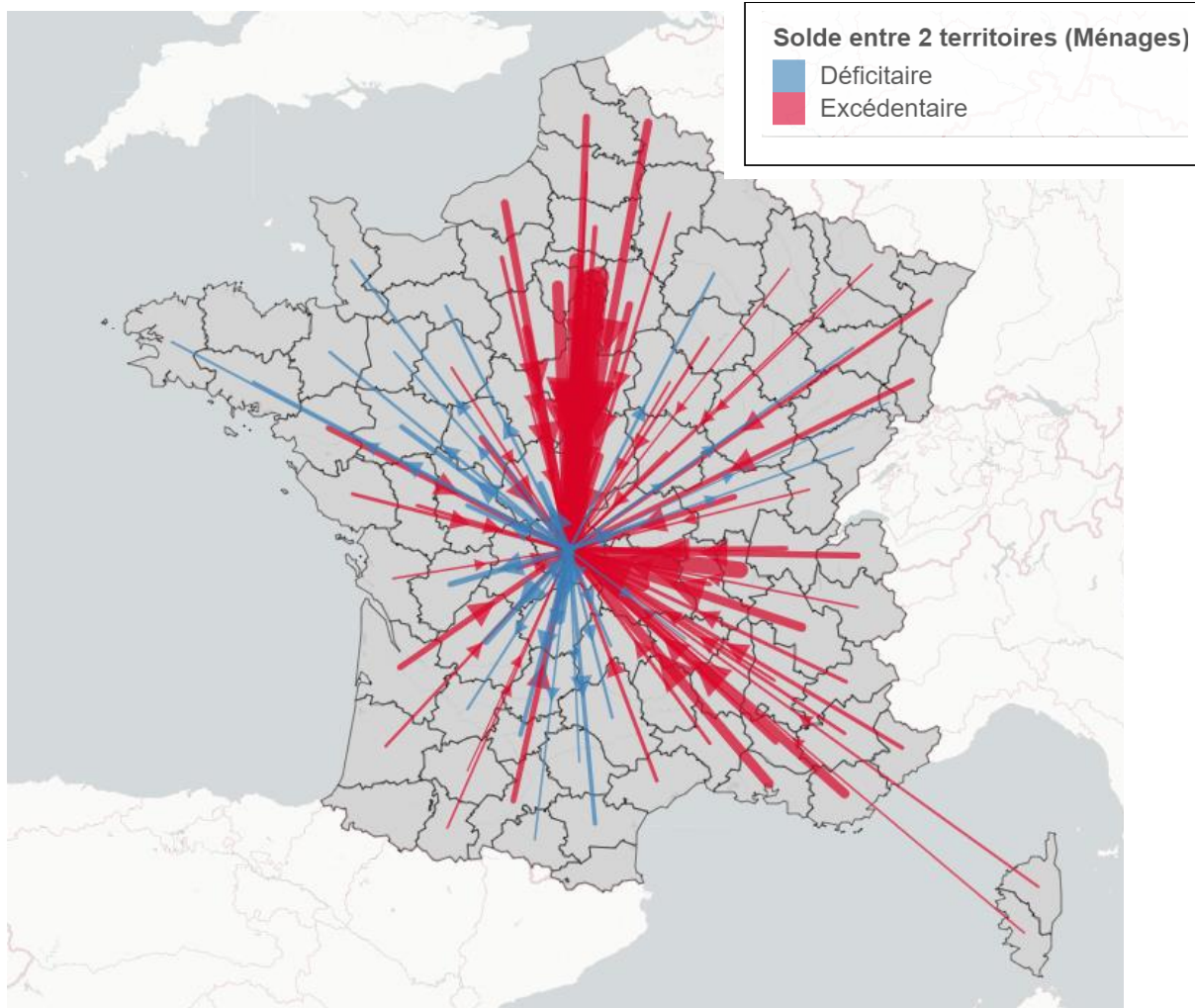
2017-2019

2020-2022



Source : POPSU Territoire- Réseau Rural Français-Ministère de la Transition Ecologique et Cohésion des Territoires-La Poste-CESAER

Une analyse plus détaillée permet de déterminer les flux entrants les plus importants, et oriente le choix vers les cibles géographiques des futures campagnes de prospections et d'attractivité. L'exode en provenance de certains territoires est inattendue (mais relativement faible pour l'instant), notamment du sud-est, même si l'exode de ces territoires, particulièrement impactés par le réchauffement climatique, est prévisible à moyen terme.



Source : POPSU Territoire- Réseau Rural Français-Ministère de la Transition Ecologique et Cohésion des Territoires-La Poste-CESAER-

2.1.3 Enjeux

- *Cibles types : au vu des données disponibles et des résultats obtenus par l'enquête dans le cadre de la démarche de la marque territoriale, les cibles à privilégier sont les Catégories Socio-Professionnelles Supérieures. Il conviendra de créer les conditions favorables à l'accueil de ce type de population, souvent porteuse de projets porteurs de développement.*
- *Cibles géographiques : l'attrait en provenance des grandes métropoles est à privilégier, notamment la région parisienne, sans omettre le potentiel grandissant du sud.*

2.2 Zoom sur la démographie médicale

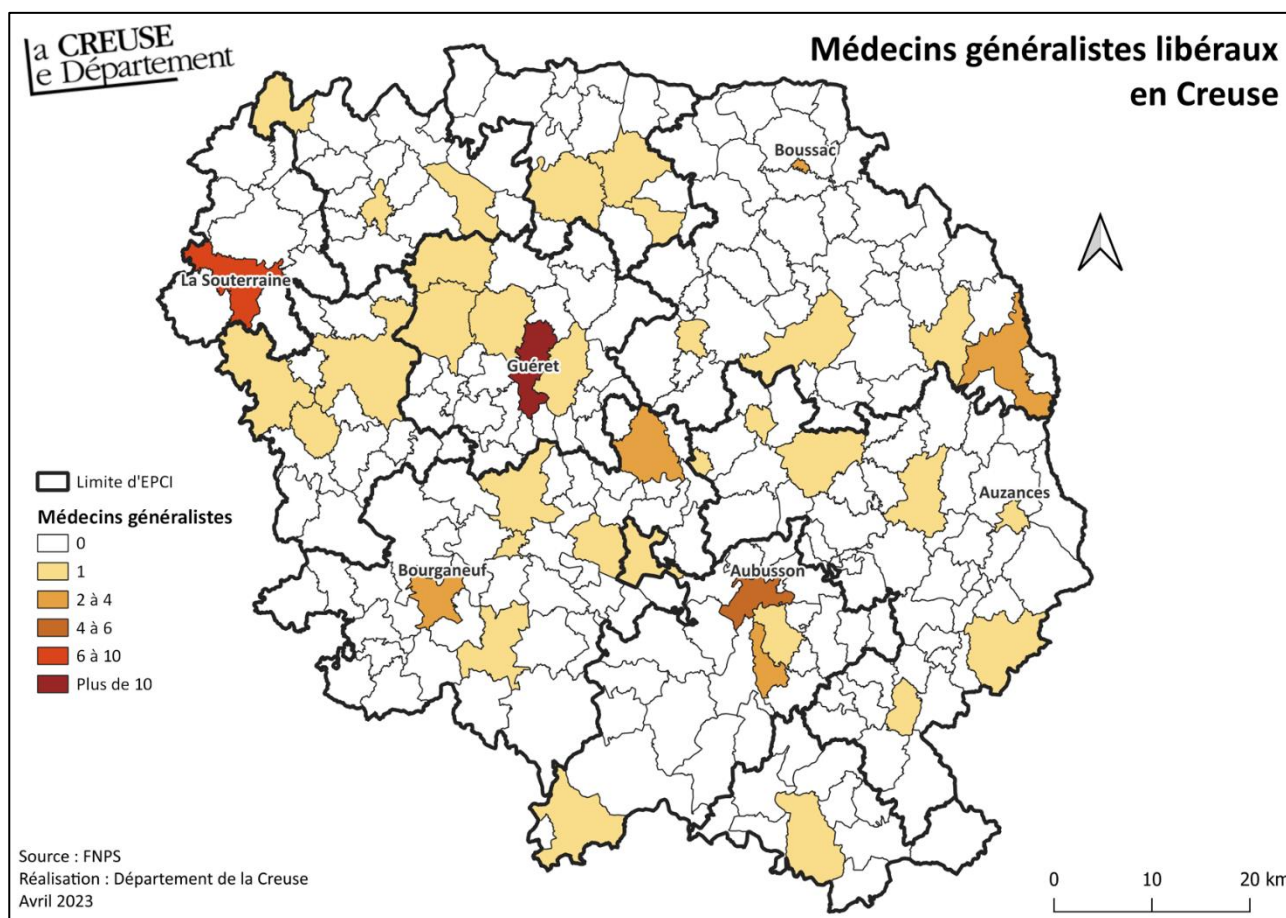
2.2.1 Un manque important de professionnels de santé libéraux.

Le maintien d'une offre de soins est une préoccupation prioritaire pour l'ensemble des élus et des acteurs du département. En effet, certains indicateurs relatifs à la démographie médicale mettent en évidence la fragilité du territoire corrélé à une déprise médicale, qui continue de s'accroître au fil des années.

Quelques éléments de diagnostic tirés des supports de la Fédération Nationale de la Presse d'information Spécialisée (*Source : cartosante.atlasante.fr*) permettent de mesurer la situation problématique du département concernant l'offre de soins et, sans intervention, son inéluctable évolution:

- Une baisse des effectifs de médecins généralistes (MG) libéraux : en 2022, 87 Médecins Généralistes soit une densité de 77 professionnels pour 100 000 habitants et depuis 2004, le département a perdu 48 MG.
- 42,5 % des praticiens sont âgés de 60 ans et plus: la baisse des effectifs devrait donc se poursuivre alors que les besoins sont de plus en plus élevés du fait de la forte proportion de personnes âgées.

Etat des lieux territorial : médecins généralistes en Creuse



2.2.2 Un manque d'attractivité du territoire creusois pour les médecins

Au regard de cet état des lieux, pour répondre à la question de l'attractivité, l'ARS a identifié plusieurs objectifs :

- maintenir et développer l'offre en professionnels de santé,
- lutter contre les déserts médicaux et favoriser l'installation des jeunes médecins dans les territoires fragiles,
- favoriser l'émergence de structures d'exercice coordonné et des fonctions d'appui à la coordination.

Par ailleurs, un certain nombre d'initiatives ont été ou sont conduites pour attirer de nouveaux professionnels (nouveau zonage en faveur de la Creuse, guichet unique, validation et soutien de projets de MSP, promotion de l'exercice en milieu rural...). De même, depuis quelques années, les communautés de communes creusoises s'emparent de la question et mettent en place des actions à leur échelle (construction de MSP, réseaux de santé, projets de téléconsultations...) mais les effets sont encore difficiles à mesurer et les résultats en termes d'installations de nouveaux médecins ne semblent pas suffisants.

Aujourd'hui, la Creuse compte 14 Maisons de Santé Pluridisciplinaires (MSP) en exercice, et 4 en projet ainsi que 2 Communautés Professionnelles Territoriales de Santé en activité, et 4 en cours de finalisation, elles couvriront l'intégralité du territoire.

2.2.3 Evolution depuis 2019

Le Département s'est saisi de cet enjeu vital et a mis en place un « Plan Santé » (« Dites23 ! »), dont les effets bénéfiques commencent à se faire sentir, avec un impact qui augmente au fil du temps, notamment par l'effort de promotion réalisé auprès des étudiants mais aussi par l'influence des réseaux d'acteurs dans le domaine médical. Le Département consacre un chargé de mission à temps complet sur cette thématique, le nombre d'étudiants accompagnés augmente, la participation financière, directement corrélée, également.

Dépenses de fonctionnement Plan santé engagées par spécialités et par type d'aide au 31/03/2023

Spécialités	Type d'aides	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	Total
Médecine générale	Bourse	6 000€	16 200€	15 600€	30 000€	20 400€	12 000€	-	100 200€
	Stage	-	9 000€	53 000€	27 700€	-	-	-	8 9 700€
Chirurgie dentaire	Bourse	-	-	28 800€	14 400€	3 600€	-	-	46 800€
	Stage	-	-	-	-	-	-	-	-
Kinésithérapie	Bourse	1 600€	6 400€	16 000€	28 400€	24 000€	19 200€	7 200 €	102 800€
	Stage	-	-	-	1 500€	-	-	-	1 500€
Orthophonie	Bourse	1 600€	4 800€	18 000€	24 000,00 €	21 600€	14 400€	4 800 €	89 200€
	Stage	1 000€	3 000€	3 500€	1 000€	-	-	-	8 500 €
Orthoptie	Bourse	-	-	1 600€	2 400€	-	-	-	4 000 €
	Stage	-	-	-	-	-	-	-	-
Sage-femme	Bourse	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stage	-	-	-	-	-	-	-	-
Infirmiers	Formation télémédecine	3 000€	-	-	-	-	-	-	3 000€
	Formation DE IPA	10 000€	15 000€	5 000€	-	-	-	-	30 000€
Total		23 200€	54 400 €	141 500 €	129 400€	69 600€	45 600€	12 000 €	475 700€

Dépenses d'investissement Plan santé au 31/03/2023

Types d'investissement	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	Total
Immobilier collectivité	-	-	25 000€	50 000€	25 000€	-	-	100 000€
Immobilier pro santé	-	-	-	-	-	-	-	-
Matériel dentiste	10 000€	10 000€	10 000€	-	-	-	-	30 000€
Développement e-santé	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	10 000 €	10 000 €	35 000€	50 000€	25 000 €	-	-	130 000€

Cependant, cette évolution positive est nettement insuffisante pour combler le déficit existant, qui s'accroît au fil du temps, les prévisions d'installation étant inférieures au nombre de départs prévisibles.

Estimation des installations de professionnels de santé liées au plan santé par spécialité

Profession	2022	2023	2024	2025	2026	Total
Médecin généraliste			1	1	2	4
Dentiste		2	1			3
Kinésithérapeute			2	2	3	7
Orthophonie	1		1	2	2	6
Orthoptie		1				1
Total	1	3	5	5	7	21

Dans ce domaine, l'action partenariale et coordonnée est plus que jamais nécessaire et chacun a un rôle à jouer à son niveau, y compris les collectivités territoriales qui peuvent contribuer à amplifier les actions menées par l'ARS et les autres acteurs de la santé. Le Département s'est emparé de cet enjeu vital et déploie déjà des moyens conséquents, qu'il renouvellera et fera évoluer en fonction des nécessités.

2.2.4 Enjeux

- *L'accès aux soins est une préoccupation majeure, le nombre de médecins étant nettement inférieur à la moyenne nationale, accentué par une nécessité liée à la forte proportion de personnes âgées.*
- *Les initiatives portées lors de la période précédente sont à conforter et développer pour attirer davantage et retrouver un niveau d'accès aux soins conforme aux attentes locales et aux candidats à l'installation.*

2.3 Les autres secteurs en tension

Le secteur médical est la priorité absolue du Département ; cependant, d'autres secteurs manquent cruellement de main-d'œuvre. La Creuse ne fait pas exception à la problématique nationale, et le recrutement dans les secteurs de l'hôtellerie et restauration est très difficile, mais d'autres secteurs peinent également à trouver des salariés formés.

2.3.1 Un manque d'attractivité du territoire creusois pour les cadres

Les entreprises creusoises, voire le secteur public lui-même peinent à recruter, *a fortiori* durablement, des cadres ou des compétences particulières. Le travail effectué dans le domaine de l'emploi via « Job 23 » et le chargé de mission inhérent devraient permettre de répondre partiellement à ce besoin. Mais cette solution trouve rapidement ses limites, et les initiatives portées dans le domaine de la médecine pourront être étendues à d'autres secteurs professionnels, via la « Box entreprise ».

2.3.2 *Un manque criant de personnel dans le secteur de l'artisanat du bâtiment*

Le secteur de l'artisanat du bâtiment connaît lui aussi de grandes difficultés de recrutement, accentué par les départs en retraite continus et non remplacés.

Ainsi, les délais d'intervention pour des travaux dépassent régulièrement les deux ans d'attente dans les secteurs de la charpente ou de la maçonnerie.

En parallèle, les efforts conjoints dans un futur immédiat par les EPCI, l'Etat et le Département, sous le joug de la politique d'attractivité mais aussi environnementale, doivent permettre la réhabilitation de nombreux logements. Le manque d'artisans sera un frein notoire au nombre de réhabilitations.

2.3.3 *Enjeux*

- *Faire coïncider les demandes d'accueil avec les emplois disponibles*
- *Promouvoir le LMB de Felletin, y compris au sein du territoire creusois, afin de reconquérir les salariés locaux formés dans le domaine du bâtiment*
- *Continuer et accentuer la reprise des entreprises du bâtiment.*

3 **UNE IMAGE A (RE)CONQUERIR**

3.1 **Une image de la Creuse peu valorisée.**

La Creuse pâtit encore d'une image négative auprès du grand public, même si celle-ci évolue favorablement depuis la crise sanitaire, et trop souvent les Creusois eux-mêmes véhiculent l'image d'un département où rien ne peut se faire, peut-être en raison du dénigrement relayé à l'extérieur qui a potentiellement développé un sentiment d'infériorité. Et pourtant, peut-être pour la même raison, un fort sentiment d'appartenance existe, à l'instar des Basques, Bretons, Auvergnats ou Alsaciens.

Il convient donc de conforter ce sentiment, cette fierté, et de la transformer en « champs du possible » et en « pourquoi pas », car en définitive le territoire fourmille d'initiatives, d'origine publique, associative ou privée.

Cet effort d'image, engagé, mais à conforter, permettra d'attirer favorablement l'intérêt de nouvelles populations susceptibles de venir en Creuse soit pour des vacances puis -ou soit- pour y résider.

3.2 **... mais qui évolue.**

Depuis la fin des Pôles Locaux d'Accueil, à l'exception de quelques initiatives communales isolées, ce sont souvent les initiatives privées qui participent à l'attractivité et à la visibilité des territoires, en façonnant des projets très souvent structurants. La Creuse est par exemple championne des lieux hybrides, comme les tiers-lieux, les cafés socio-culturels ou encore les boutiques associatives, la plupart agréés Espaces de Vie Sociale par la CAF. Le département en compte 43 qui mêlent économie collaborative et sociabilité rurale. Certains comprennent parfois des services de base. Ces lieux présentent de nombreux potentiels pour le développement des zones rurales même si leur modèle économique reste encore à stabiliser. Le Département entend développer avec eux des partenariats dans divers domaines (e-inclusion, ESS...).

Le maillage associatif, d'une densité rare, avec plus de 5 000 associations pour 113 700 habitants, crée un florilège d'activités pour en faire un territoire vivant et convivial. Socle d'une animation constante, d'initiatives dans tous les domaines, il constitue une véritable culture locale d'un bénévolat et de solidarités qui confortent le service public.

Afin d'améliorer cette image, le Comité départemental du tourisme (Creuse Tourisme), en liaison avec le Conseil Départemental, a lancé en 2012 une marque « La Creuse, être libre ». A finalité touristique, cette marque s'est accompagnée d'une campagne de communication (site interne, publication de documents, spots audio et vidéo...). Cette campagne promotionnelle a insufflé un renouveau de la fréquentation touristique.

3.2.1 *Evolution depuis 2019.*

Ces outils préalables ont permis à la Creuse de travailler la notoriété et de mettre en lumière quelques éléments clés de son identité : un territoire qui bouge, qui offre de multiples activités à partager en famille ainsi que de beaux spots de pratiques pour les sports de pleine nature. Des campagnes TV et sur les réseaux sociaux ont

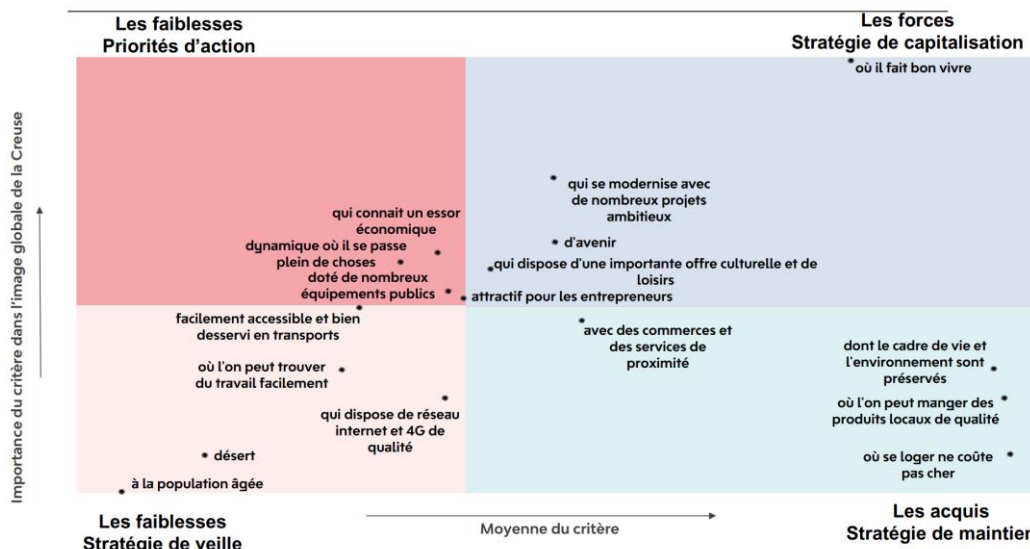


amplifié l'audience de cette campagne. Les vidéos « portraits de Creuse » et « Coups de cœur Creuse » ont également contribué à faire émerger la fierté de ses habitants.

Plus récemment, la démarche d'élaboration de la marque territoriale a permis de réaliser un sondage en ligne, montrant l'intérêt des creusois pour leur territoire par 1 484 réponses, et plus de 3 200 visites sur le site. L'enquête met en avant la ruralité du territoire, puis la qualité de vie vient en second, signe que cet aspect est une préoccupation majeure des répondants.

Le diagnostic Force/Faiblesse/Opportunités/Menaces réalisé à partir des enquêtes menées hors territoire fait apparaître les éléments suivants :

Une bonne image qui repose sur l'idée qu'il y fait bon vivre MAIS freinée par la perception d'un climat économique peu favorable



Dans la construction de cette image, « l'Esprit Creuse », initiative phare d'une marque collective territoriale, a été co-construite et commence à prendre son essor, mais cette dynamique doit être poursuivie pour gagner toutes les strates institutionnelles, les entreprises et les habitants.

La marque est la bannière commune et partagée visant à promouvoir une qualité et un cadre de vie, ainsi que des valeurs humaines de partage et de lien social. Elle a pour objectif de fédérer les acteurs autour de cet « étendard » commun pour porter les valeurs à l'extérieur en vue de valoriser l'image du territoire, mais aussi de montrer une unité, une cohésion aux personnes de passage.

Elle a fait l'objet d'un dépôt auprès de l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle) début 2022.



3.2.2 Enjeux

- *La marque territoriale « L'esprit Creuse » doit être diffusée plus largement auprès de tous les acteurs creusois, qui aujourd'hui, n'en perçoivent pas toujours la finalité. Un temps d'appropriation semble nécessaire, qui nécessite un accompagnement permanent. Les actions autour de la marque territoriale doivent être poursuivies, amplifiées et articulées avec la promotion autour de l'accueil.*
- *La marque doit également servir et accompagner le changement de l'image au niveau national, par le biais d'opérations de promotion et d'ambassadeurs qualifiés.*

3.3 Les autres actions départementales concourant à l'attractivité :

3.3.1 La construction d'un partenariat à l'échelle départementale.

L'action du Conseil départemental dans le cadre de cette réponse s'inscrit dans une démarche d'articulation et de complémentarité avec des politiques ou dispositifs initiés par d'autres partenaires.

Certains d'entre eux ont d'ores et déjà été identifiés :

- Les politiques et dispositifs du Conseil Régional Nouvelle Aquitaine : contrat CADDET de Guéret et La Souterraine (accompagnement de territoires en reconversion économique), contractualisation territoriale, Dispositif "Réseau entreprendre à vos côtés".

Le Département a ainsi participé par exemple à une cellule collaborative d'accompagnement Région, Département, et Communauté de Communes du Pays Sostranien afin de répondre aux besoins permettant l'installation de l'Entreprise RIOLAND (Maroquinerie de luxe-350 emplois).

- Le Département participe activement à l'élaboration du Plan Particulier pour la Creuse (PPC2), en partenariat avec l'Etat et la Région ;
- L'Agence d'Aménagement et d'Attractivité, portée par le Département, est le support de la politique de l'Etat pour les Petites Villes de Demain (PVD) ;
- Les dispositifs d'accompagnement des porteurs de projets proposés par les Chambres Consulaires (dans les domaines de l'agriculture, de l'industrie, de l'artisanat et du commerce...);
- Le partenariat établi (dont la Cité de la Tapisserie) en accompagnement de la candidature de la Ville de Clermont-Ferrand pour être capitale de la culture européenne en 2028.
- Le partenariat établi suite à la candidature de « Destination Limoges » avec les structures phares de la Haute-Vienne et de la Creuse pour développer une destination attirant les clientèles étrangères.
- Parmi les autres projets phares :
 - o la candidature retenue de la ville de Guéret comme centre de préparation olympique en vue des JO 2024 (base d'accueil de la délégation VTT), la Creuse est « Terre de jeux 2024 »,
 - o la réouverture du Mas du Clos, circuit de voitures de course de luxe (Ferrari, Porsche...) de renommée nationale voire internationale.

Le Département envisage également de prospecter les acteurs privés et notamment les entreprises ou les start-up qui se positionnent sur le marché de l'accueil de porteurs de projets afin d'imaginer de nouvelles formes de coopération public/privé avec celles-ci.

3.3.2 Le soutien aux acteurs de proximité

Cette candidature s'inscrit en complémentarité d'autres actions portées par le Département et par tous nos partenaires. Le Conseil Départemental mène depuis plusieurs années déjà une politique d'aménagement et de développement du territoire constante, à travers différentes générations de contrats territoriaux (soutien aux projets des communes, Pays, EPCI, associations...).

Plus récemment, il a engagé une concertation avec les EPCI creusois dans le but de redéfinir avec eux un nouveau partenariat : les contrats Boost'ter (2019-2023), qui sont la traduction d'une ambition partagée pour répondre aux grands défis d'avenir au rang desquels figure l'attractivité du territoire départemental.

Les opérations portées localement et accompagnées par le Département dans ce cadre, par la diversité des champs thématiques qu'elles couvrent (enfance-jeunesse, redynamisation des centres-bourgs, culture, sport, patrimoine, tourisme...), contribueront au renforcement de l'attractivité des territoires.

Par ailleurs, c'est via le dispositif Boost'ter que le Conseil Départemental a soutenu u cours de la période précédente l'ingénierie dédiée à la politique d'accueil dans les intercommunalités pendant la durée du programme (financement d'1 ETP à 50% par EPCI, plafonné à 40 000 € de dépenses) :

- à hauteur de 20 % pour les EPCI lauréats de l'appel à projets 2019 ;
- à hauteur de 10 % pour les lauréats de l'appel à projet 2018.

3.3.3 Les autres actions départementales concourant à l'attractivité

De multiples actions départementales, développées par le Département ou par ses partenaires directs, concourent à renforcer l'attractivité du territoire, parmi lesquelles on pourra citer les exemples les plus récents et pertinents :

Thématique	Objectif	Action	Etat d'avancement
Habitat	Fédérer les acteurs de l'habitat social au niveau départemental	Création d'un GIP Habitat à l'échelle départementale	Opérationnel
	Fédérer les Plans Locaux de l'Habitat	Plan Départemental de l'Habitat	Diagnostic effectué Préfiguration d'un SCOT en cours
	Définir une stratégie habitat à l'échelle départementale	Elaborer un Plan Stratégie Habitat	Réalisé
	Offrir une réponse adaptée et concertée à tous publics sur l'habitat- Regrouper les services dispersés	Maison de l'habitat	En cours de réflexion
Numérique	Raccordement de toute la population creusoise	Déploiement des infrastructures de Très Haut Débit et de la fibre. Résorption des zones blanches	Fin de l'opération prévue en 2024
	Définir l'évolution du besoin numérique de la sphère publique.	Etude des besoins à l'échelle départementale	En cours d'élaboration
	Permettre d'accéder aux études supérieures sans quitter le territoire	Campus connecté	En cours d'élaboration
Tourisme	Cohérence de l'offre, de la diffusion de l'information	Fédérer les acteurs touristiques publics au niveau départemental (via Creuse Tourisme)	Réalisé, à développer
	Fédérer les offres phares des départements 23 et 87 pour développer une destination auprès de tour-opérateurs étrangers	Destination Limoges	En cours d'élaboration
	Créer une offre touristique autour des milieux patrimoniaux et naturels	Développer la Vallée de la Creuse dans la continuité de la Vallée des Peintres	En cours de réflexion
Sports	Fédérer les acteurs du sport à l'échelle départementale Définir les besoins Réorienter et optimiser les crédits affectés	Schéma Départemental du Sport Schéma départemental des équipements sportifs	Réalisé En cours
	Coordonner les activités	Plan Départemental des Sites et Itinéraires	Réalisé
Culture	Fédérer les acteurs de la culture à l'échelle départementale Définir les besoins Réorienter et optimiser les crédits affectés	Plan Départemental de la Culture	En cours
	Augmenter la fréquentation et développer l'image du savoir-faire de la tapisserie (label UNESCO)	Extension Cité internationale de la Tapisserie à Aubusson (UNESCO).	Lauréat Appel à projet Massif – Projet en cours de finalisation
	Transmission et redéploiement du savoir-faire tapissier et métiers connexes	Pôle Professionnel des métiers de la Tapisserie	Projet en cours de finalisation
Santé humaine	Fédérer les acteurs autour de la thématique santé- Créer le réseau d'acteurs	Plan Santé	Opérationnel

	Par le biais du stage, permettre une installation	Accueillir des stagiaires de professions médicales	En cours.
	Accéder aux soins à distance	E-santé	En cours de réflexion
Santé animale	Installer de nouveaux vétérinaires	Plan vétérinaire (« véto »)	Opérationnel
Emploi	Faire coïncider les offres d'emploi avec les demandes d'emploi Etablir un réseau collaboratif avec les partenaires de l'emploi (Pôle Emploi, Préfecture...)	Plate-forme de mise en relation à l'échelle départementale « Job 23 »	Opérationnel
Emploi/social	Réintégrer les bénéficiaires du RSA dans la sphère active	Appel à projet 100% Inclusion	En cours d'élaboration
Accueil/Attractivité	Changer l'image du département Créer le sentiment d'appartenance, de fierté, renouveler l'image	Marque Territoriale « L'Esprit Creuse »	Déposée. En cours de déploiement
	Inciter l'installation en Creuse par le biais de promotions à Paris	Événements promotionnels : MNA : -entreprises -vétérinaires	2 événements en 2022
	Attirer des médecins et spécialistes	Box Santé	Opérationnelle
	Attirer des familles	Box accueil	Opérationnelle
	Favoriser l'accueil d'entreprises en complémentarité avec les acteurs (Collaboration Territoires/Région)	Box entreprise	En cours d'élaboration
	Garder la population originaire du territoire et la faire revenir	Etude sur les populations qui quittent le territoire	En cours
	Permettre l'installation de nouvelles populations	Contractualisation avec un cabinet de prospection (Laoù)	En cours
	Donner l'accès aux informations permettant de nouvelles installations	Portail « L'Esprit Creuse »	En cours
Politiques Territoriales	Améliorer le cadre de vie	Contractualisation communale « Boost'Commune »	Réalisé- En cours de renouvellement
	Développer des projets structurants	Contractualisation intercommunale « Boost'Ter»	Réalisé- En cours de réflexion pour renouvellement
	Offrir des services aux maîtres d'ouvrage publics : CIM, Aménagement	Création d'une Agence Départementale	Opérationnelle

3.3.4 Enjeux

- Travailler la transversalité en interne
- Travailler en transversalité avec les partenaires Etat, Région, Territoires et autres structures (Consulaires...), y compris privées (FFB...)
- Assurer une cohésion des projets, chercher les synergies et complémentarités entre thématiques métiers, avec les projets des partenaires et ainsi optimiser les initiatives et l'utilisation des fonds publics.

4 PROJET : TIRER LES ENSEIGNEMENTS, CONFORTER, RENOUELER

4.1 Conforter et renouveler les pratiques de l'attractivité et de l'accueil

A l'écoute des évolutions sociétales, dans un contexte institutionnel profondément remanié des suites du COVID, le Conseil Départemental continue le travail relatif à la transformation de ses pratiques. En effet, l'innovation par les usages peut être porteuse de nouvelles solutions pour rénover l'approche méthodologique en matière d'accueil et de promotion territoriale.

Le design et le marketing territorial ont de nombreux points communs, à commencer par une approche centrée sur l'utilisateur et l'expérience client.

C'est ainsi que Creuse Tourisme a travaillé sur le parcours client afin de définir les orientations du schéma touristique 2022-2028. Cette démarche peut être transposée, au moins partiellement, à la prospection de nouveaux habitants.

4.2 Le rôle du Département au sein d'une collaboration territoriale départementale

4.2.1 Le rôle du Département : enjeux

Du fait d'une couverture totale sur le département, le Conseil Départemental de la Creuse se positionne naturellement comme le chef d'orchestre des politiques d'accueil et d'attractivité pour les 3 années à venir. Ainsi et au travers de cette réponse, nous inciterons les EPCI à s'impliquer plus largement sur les 3 enjeux fondamentaux, à savoir :

- *Poursuivre le développement de la culture de l'accueil sur le territoire départemental creusois avec les outils adaptés et co-construits*
- *Organiser et harmoniser les pratiques liées à l'accompagnement*
- *Expérimenter de nouvelles pistes pour tendre vers un territoire visible et attractif (promotion)*

Le Département souhaite donc pour cela continuer des actions pour libérer les perceptions positives et mettre en avant les plus-values d'une politique d'accueil.

Le socle fondateur est de permettre aux EPCI et tout acteur concerné, d'œuvrer dans des conditions optimales pour convaincre chaque creusois, qu'il soit élu, chef d'entreprise, acteur du milieu associatif ou tout simplement citoyen, que l'accueil est un enjeu pour tous.

Pour mettre tout creusois en mode accueil, il s'agira d'impulser collectivement une démarche de progrès pour imaginer et mettre en place des opérations innovantes en articulation avec le paysage actuel lié à l'installation de nouvelles populations.

4.2.2 L'articulation EPCI - Département

L'organisation mise en place en accord avec les EPCI (candidats ou non) est la suivante :

Les EPCI, dans une logique de proximité et d'actions de terrain, assureront, sous des angles différents selon le degré de maturité de leur politique d'accueil et les particularités de leur territoire :

- Le développement de la culture de l'accueil : actions de sensibilisation à destination des élus du

territoire et de la population, développement d'outils d'accueil en faveur des nouveaux arrivants ;

- L'élaboration d'une offre globale d'installation : recensement de l'offre d'accueil sous toutes ses composantes (logement, activités, emploi, services,...). Chaque EPCI travaillera dans cet appel à projet certaines thématiques prioritaires et en cohérence avec la construction de leur projet de territoire
- Le développement de la transversalité entre les services et les acteurs du territoire pour apporter des réponses adaptées aux nouveaux arrivants ;
- L'accompagnement et le suivi de ces nouveaux habitants pour assurer la réussite de leur projet professionnel et de vie ;
- Le primo-accueil des porteurs de projet, leur accueil en relais du Département, leur accompagnement et leur suivi, en lien avec les partenaires.

Le Département, pour sa part, mobilisera son ingénierie et ses moyens techniques pour accompagner les territoires dans les domaines suivants :

- Il structurera et animera le réseau départemental de l'accueil, fournira un appui aux actions sur la culture de l'accueil, travaillera en concertation avec les territoires sur certains besoins communs (fiche de poste partagée, recherche de co-financements...), proposera une sensibilisation et de la formation aux futurs chargés de mission.
- Il veillera à une certaine harmonisation des pratiques, en particulier autour de la démarche qualité et de l'utilisation des outils d'accompagnement des porteurs de projet.
- Il formalisera les partenariats à l'échelle départementale, régionale voir nationale ; il pourra inviter à questionner les pratiques et les outils existants pour proposer des réponses adaptées ; il favorisera l'accès à de nouvelles méthodes de travail et il encouragera l'expérimentation.
- Il assurera la communication et la promotion via un renouveau et le déploiement de nouveaux outils numériques et la participation à des salons notamment. Il organisera en partenariat avec les EPCI, des sessions et/ou soirées d'accueil spécialisées.
- Il s'impliquera de façon particulière en faveur des professionnels de santé (médecins, vétérinaires) et en faveur de nouveaux publics (salariés du bâtiment, cadres, jeunes actifs, étudiants,...).

4.3 Présentation du programme d'actions

Parce que les personnes désireuses de s'installer en milieu rural, recherchent une approche globale dans leur nouvelle vie, projet professionnel mais aussi convivialité, accompagnement et disponibilité, le Département de la Creuse se donne au travers de cette candidature, les moyens pour analyser les bilans et agir pour une politique d'accueil pertinente et efficace.

4.3.1 Action 1 : Culture de l'accueil : (re)mobiliser un réseau d'acteurs et l'animer, outiller et fédérer de nouveaux partenaires.

Descriptif :

- En complément des actions menées sur les territoires et pour répondre à cet enjeu fort que représente l'attractivité et l'accueil, le Département souhaite aider les EPCI à favoriser la culture de l'accueil en impliquant davantage les élus, les professionnels du tourisme, les notaires, les agents immobiliers ou encore certaines entreprises creusoises. Ils sont souvent les premiers interlocuteurs de futurs nouveaux habitants et donc, des acteurs essentiels de l'accueil.
Véritables ambassadeurs de l'accueil, nous connaissons les difficultés rencontrées et l'image parfois négative que renvoient certains d'entre eux. Il est donc proposé d'organiser plusieurs actions avec l'aide de nos partenaires, afin de pouvoir sensibiliser aux enjeux de l'accueil, leur présenter la démarche dans laquelle s'inscrivent le Département et les territoires et les associer, construire avec eux des outils adaptés lorsqu'ils sont en contact avec ces publics.
- Chaque structure et/ou personne en contact avec des porteurs de projet, développe son propre sens de l'accueil, il semble important de pouvoir travailler sur l'information de premier niveau transmise à un

nouvel arrivant, de la rendre cohérente, professionnelle et efficace. Ainsi, afin de mailler le territoire de points d'entrée de qualité, apportant le même niveau d'information à tout potentiel nouvel arrivant, le Département de la Creuse s'appuiera sur un réseau de lieux déjà formalisés, outillés, et repérés comme « accueil social et convivial » (notamment les Tiers-Lieux-Réseau TELA).

- De plus et dans l'optique de faciliter la venue sur l'ensemble du territoire creusois, de porteurs de projets en vue d'une installation pérenne, le Département souhaite mettre en place un réseau efficace, permettant un accompagnement global de qualité de tout porteur d'initiative. Pour ce faire, les actions proposées permettront d'avoir une meilleure connaissance des pratiques et des dispositifs existants, et proposer ainsi des outils adaptés et partagés par le plus grand nombre.

Partenaires :

- Les communes, EPCI, Creuse Tourisme, les chambres consulaires, la Région Nouvelle Aquitaine, l'ensemble des acteurs de l'accompagnement, la Préfecture de la Creuse dans le cadre du Plan Particulier pour la Creuse, l'Agence Régionale de Santé, des associations, les services du Département, des associations...

Articulation :

- Le territoire étant couvert en intégralité, il semble inconcevable de ne pas harmoniser les pratiques et les outils de l'accompagnement à l'échelle départementale. A ce titre les « années PLA » et la précédente période furent riches d'enseignements, le Conseil Départemental établira des conventions de partenariat avec les EPCI, les consulaires ou encore les associations territoriales, pour préciser le rôle de chacun. A cela, s'ajoute le phasage de l'accompagnement de projet, où chacun contribue à la réussite de l'installation du projet.
- Partenaires : les EPCI, l'association TELA, la CAF, les acteurs de l'accompagnement (chambres consulaires,...), la Région Nouvelle Aquitaine, la CRESS,...
- Budget prévisionnel sur 3 ans :

Action 1 Culture de l'accueil : (re)mobiliser un réseau d'acteurs et l'animer, outiller et fédérer de nouveaux partenaires.	1.1-Poursuivre la construction de la politique attractivité et accueil en Creuse par une culture commune	34 000 €
	<i>Structurer le réseau départemental (cohérence du maillage)</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)</i>
	<i>Création d'une charte accueil qualité sur tout le territoire avec un socle commun et partagé</i>	5 000 €
	<i>Création d'un MOOC sur l'accueil</i>	24 000 €
	<i>Créations de supports communs Prestation -bureau de marketing</i>	5 000 €
	1.2 -Organisation des « Assises » de l'accueil : techniciens, élus, partenaires (frais de transport, voyage d'étude, coût intervenants...)	23 000 €
	<i>Location de salle, buffets, hébergements, transports, journée</i>	10 000 €
	<i>Partenariats presse, parution</i>	7 000 €
	<i>Conception et édition supports, webmarketing...</i>	6 000 €
Total		57 000€

Plus-value de l'accompagnement départemental :

- Positionner les creusois en « mode accueil »
- Faire prendre conscience de la situation démographique et de l'importance d'agir
- Développer le sens de l'accueil
- Rendre visible la politique d'accueil sur l'ensemble du territoire creusois
- Rendre efficace les partenariats pour concrétiser l'installation de nouveaux arrivants,

4.3.2 Action 2 : Construction d'une offre globale d'installation et d'intégration de nouveaux actifs.

Descriptif : Le territoire agit sur le terrain, le Département accompagne, mutualise et outille.

Budget prévisionnel sur 3 ans :

Action 2 Construction d'une offre globale d'installation et d'intégration de nouveaux actifs.	2.1-Développer, coordonner, harmoniser les points d'entrée sur le territoire	50 000 €
	<i>Définir les lieux et leurs rôles (articulation et complémentarité avec les missions des animateurs sur les EPCI et du chargé de mission départemental)</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)</i>
	<i>Sessions de sensibilisation/formation à l'accueil pour les animateurs des EPCI, et pour des publics cibles « accueillants », repérés comme principales portes d'entrées : professionnels du tourisme, de l'immobilier, notaires, médecins, secrétaires de Mairie-</i>	<i>10 000 € Prestation extérieure</i>
	<i>Conception et édition de documents élaborés conjointement (cartographie des points d'entrée, informations de premier niveau, cartographie des compétences, annuaire, brochure...)-Communication innovante.</i>	<i>40 000 € Prestation extérieure</i>
	2.2 Formaliser et harmoniser les outils communs	60 000 €
	<i>Formalisation des partenariats à l'échelle départementale pour le compte des territoires ; explorer de nouvelles pistes de partenariats, notamment privés sur le marché de l'accueil</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)</i>
	<i>Recenser les accompagnements et outils existants sur le territoire et à l'extérieur (dispositifs publics et privés, diffusion des offres...) – Remanier le portail « L'Esprit Creuse » pour le rendre plus efficient.</i>	<i>60 000 € Prestation extérieure</i>
	2.3-Travailler à la coordination des parcours d'un nouvel arrivant	30 000 €
	<i>Coordonner les dispositifs existants et les rationaliser</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)</i>
	<i>Créer des outils partagés de suivi des porteurs de projet de type CRM</i>	<i>25 000 € Prestation extérieure</i>
<i>Utiliser un évènement festif départemental pour faire une manifestation avec nouveaux arrivants et installés (ex : Tour de Bridiers, Lézard vert...)</i>	<i>5 000 € En régie</i>	
Total	140 000 €	

Plus-value de l'accompagnement départemental :

- Offrir une meilleure lisibilité pour les porteurs de projets et une identification du réseau auprès des partenaires
- Multiplier des points d'entrée de porteurs de projet sur le territoire creusois
- Améliorer la qualité de l'accueil en affirmant un positionnement avant tout humain
- Challenger, entourer et conseiller les porteurs d'idées et d'initiatives
- Etre à l'écoute des initiatives et repérer et accompagner les potentiels d'innovation
- Appuyer la mise en réseau des initiatives, l'apport d'expertises et l'accompagnement de pair à pair

4.3.3 Action 3 : La promotion territoriale et la prospection

Descriptif :

- Comme de nombreux territoires ruraux, la Creuse voit ses médecins partir à la retraite sans être remplacés, une inquiétude croissante pour les élus qui rencontrent des difficultés pour remplir les Maisons de Santé de Pluri professionnels. Afin de renforcer les démarches entreprises et anticiper ces nombreux départs à la retraite, le Département souhaite donc poursuivre les actions spécifiques de prospection en direction des professionnels de santé, et en créer de nouveaux.
- Une des dimensions de la solution, en plus d'une véritable politique d'accueil de professionnels de santé, se situe dans le développement de nouvelles formes de pratiques.
- La même problématique gagne du terrain dans le secteur vétérinaire, alors même que la Creuse est avant tout une terre d'élevage. Des actions seront développées pour attirer ce public.
- Les autres cibles immédiates sont les salariés d'entreprises, notamment dans le secteur du bâtiment, mais aussi les cadres supérieurs, qui pourront aussi devenir une cible privilégiée, compte tenu de leur sensibilité aux espaces préservés, et leur accueil intéressé lors de l'enquête.

Les partenaires :

- l'ARS, la CPAM, l'Ordre Départemental des Médecins, les professionnels de santé déjà en place, les facultés de médecine, les centres hospitaliers, les EHPAD, les MSP, l'Education nationale, les communes, les EPCI, les services du Département, CCI, CMA, CA, Région, Etat...

Plus-value de l'accompagnement départemental :

- Assurer une prospection ciblée sur ces publics dans un cadre collectif
- Favoriser l'intégration des stagiaires et internes et les fidéliser au territoire
- Maintenir une couverture de l'offre de soins
- Faire venir, se tester et faire rester des professionnels de santé
- Confirmer un positionnement marketing, facteur d'attractivité

Budget prévisionnel sur 3 ans :

Action 3 La promotion territoriale et la prospection	3.1 Valoriser l'image du Département grâce à la marque territoriale	145 000 €
	<i>Diffuser la marque à l'extérieur par des outils promotionnels</i>	80 000 € Prestation extérieure
	<i>Créer les conditions de l'appropriation de la marque à l'intérieur du département pour développer le sentiment de fierté propice à créer de nouveaux ambassadeurs</i>	
	<i>Créer un Podcast « Creuse » (1000 € par épisode)</i>	5 000 € En régie
	<i>Créer un événement ou s'associer à un événement sur un site extérieur au Département</i>	20 000 €
	<i>Créer trois événements type Maison Nouvelle Aquitaine à Paris (rencontre entreprise / candidats à l'installation)</i>	40 000 €
	<i>Location salle-Intervenants-Logistique</i>	
	3.2 Prospecter	90 000 €
	<i>Prospection de nouveaux professionnels : de santé (médecins et vétérinaires), de cadres supérieurs et de salariés qualifiés pour l'artisanat.</i>	(Pour mémoire : Frais annexés partiellement au poste de chargé de mission santé)
	<i>Création d'un kit de communication</i>	
<i>Développer la Box Santé et box vétérinaire.</i>	20 000 €	
<i>Participation à des forums</i>		
<i>Campagne de communication</i>	Régie + Prestation extérieure	
<i>Accueil des internes</i>		
<i>Capitalisation des expériences professionnelles installées</i>		
<i>Prospection de familles via renouvellement d'un contrat de prospection extérieure</i>	(Pour mémoire -80 000€- financement PPC)	
<i>Développer la box Accueil (Week-end immersifs 2025-26)</i>	40 000 €	

		<i>Régie + Prestation extérieure</i>
	<i>Développer une Box entreprise (à créer) : mise en réseau des acteurs portant la compétence, soutien, participation à des salons</i>	30 000 € <i>Régie + Prestations extérieures</i>
Total		235 000 €

4.3.4 Action 4 : L'accompagnement des porteurs de projets et l'évaluation

Descriptif : Le territoire est le référent de proximité du nouvel arrivant. Le Département est la porte d'entrée des flux entrants, issus du portail, de la contractualisation, ou des flux issus d'événements ou promotions extérieurs. Il coordonne et facilite le partage d'informations entre les territoires et les partenaires.

Budget prévisionnel sur 3 ans :

Action 4 L'accompagnement des porteurs de projets et l'évaluation	4.1- Le Département, porte d'entrée de la prospection (contrat de prospection, portail, événementiel)	<i>Pour mémoire</i>
	<i>Coordination des parcours du nouvel arrivant : formalisation de la demande, étude du projet d'installation, renvoi chez les partenaires, suivi du parcours</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)</i>
	<i>Facilitation du partage d'information (entre les EPCI, mise en place de tableaux de bord partagés, animation des commissions de suivi des porteurs de projets à l'échelle départementale)</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)</i>
	<i>Accompagnement des candidats à l'installation dans le cadre de la santé cf box santé, et accompagnement post installation</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)</i>
	4.2- Le Département, coordonnateur de l'évaluation	<i>Pour mémoire</i>
	<i>Suivi des indicateurs d'installation, de diffusion, du nombre de référents et ambassadeurs, agglomération des chiffres des territoires, qualification Diffusion, communication des résultats aux territoires et sur supports créés en interne.</i>	<i>(Pour mémoire : Frais annexés au poste de chargé de mission accueil et attractivité)- Documents de communication réalisés en régie départementale</i>
Total		---

5 LE PORTAGE POLITIQUE ET LA GOUVERNANCE PARTENARIALE

L'accueil étant par essence un sujet transversal, le projet sera porté et suivi au niveau politique par la Vice-Présidente du Conseil Départemental, Mme Catherine DEFEMME, en lien avec la Présidente et les autres élus du Département.

Le Comité de direction du Conseil Départemental réunissant, autour du Directeur Général des Services, les Directeurs Généraux Adjointes des Pôles opérationnels et tous les directeurs fonctionnels, sera régulièrement tenu informé de la mise en œuvre du projet afin d'assurer un relai technique dans les services.

Un comité de pilotage/de coordination associera les élus du Département et des EPCI en charge de la politique d'accueil, les représentants des structures partenaires et le partenariat Massif central (Région, Département, CGET, GIP). Il se réunira au moins une fois par an pour faire des points d'étape sur la mise en œuvre des actions et veiller à l'articulation entre l'échelon départemental et territorial.

Il assurera aussi le bilan et l'évaluation du programme d'actions.

5.1 La vie du réseau

Des réunions techniques au moins trimestrielles composées des animateurs Attractivité et Accueil des EPCI et du coordinateur départemental, permettront de faire un point régulier sur les stratégies de chacun, d'échanger sur les éventuelles difficultés rencontrées dans leur mise en œuvre, réfléchir à des solutions communes et préparer les actions collectives. Ce réseau intégrera les territoires du réseau de l'accueil (tiers-lieux pour le Grand Guéret, chargé de mission « Attractivité » pour l'entente Ouest...).

Ce format pourra être ponctuellement élargi en fonction des thématiques abordées, ou des actions envisagées, à d'autres partenaires (Consulaires, Creuse Tourisme...) afin de bénéficier des réseaux et compétences métiers.

Des commissions de travail thématiques (1 par action du programme) réuniront les partenaires impliqués dans la mise en œuvre d'une action pour assurer le suivi de celle-ci. Le nombre, le format et les objectifs de ces commissions seront adaptées à celles mises en place par les territoires dans un souci de rationalisation et de cohérence.

5.2 Les moyens dédiés

Pour mener à bien ses actions, le Conseil Départemental mobilisera en interne une pluralité de moyens.

Des moyens humains : une équipe d'animation territoriale renforcée

- Un chargé de mission « Attractivité et Accueil » : recrutement d'un chef de projet (1 ETP) pour 3 ans afin d'assurer la coordination de la politique d'accueil à l'échelle départementale, mettre en œuvre le programme d'actions du Département
- Un chargé de mission santé : 1 ETP.
- Un chargé de mission emploi (« Job 23 ») : 1 ETP
- Un chargé de mission « numérique » : 1 ETP
- Trois chefs de projet Territoires : 3 ETP
- Deux assistantes administratives et une chargée de mission ingénierie financière (3 ETP)

Ces agents seront appuyés par une équipe pluridisciplinaire de proximité :

- Les services et unités des services métiers pourront être mobilisés en tant que de besoin (sport, culture, patrimoine, lecture publique, environnement...);
- Les autres services du Département, notamment ceux en charge des fonctions supports, seront sollicités ponctuellement selon les besoins (communication, services intérieurs, reprographie...).

• Des moyens techniques :

- l'utilisation de salles et de la visio-conférence pour l'organisation de réunions, commissions accueil et comités de pilotage ;
- l'utilisation du site internet et du site « l'Esprit Creuse » du Conseil départemental comme support de

- communication du programme ;
- l'utilisation de matériel divers afin d'assurer la logistique des évènements organisés sur le territoire ou en dehors (salons...)

- Des moyens financiers :

Un budget global de 537 000 € sur 3 ans consacré à la politique d'accueil et d'attractivité dont 310 200€ financés par le FEDER.

Un budget de 3 chargés de mission en complément du poste attractivité et accueil entièrement à charge du Conseil Départemental (non valorisés dans le présent document)

des frais annexes et des services métiers mobilisés pour les campagnes de communication, de promotion, pour les marchés publics, pour l'informatique, la logistique... (non valorisés dans le présent document).

6 PLAN DE FINANCEMENT

BUDGET PREVISIONNEL DU PROJET SUR 3 ANS

Dépenses		Ressources	
Dépenses d'investissements matériels et immatériels	432 000 €	FEDER (60%)	322 200€
Dépenses d'achats et de fournitures		Etat	-
Dépenses de prestations externes de service contribuant directement à l'opération		Région (s)	-
Dépenses directes de personnel	105 000 €	Département (s)	-
Dépenses indirectes		Privé	-
		Autofinancement CD23	214 800€
TOTAL	537 000€	TOTAL	537 000 €