



Normandie Attractivité lance un mouvement collectif pour attirer les jeunes actifs sur son territoire

A l'occasion de la Journée mondiale du bonheur et du bien-être, l'agence Normandie Attractivité active ses 21 clubs de Normands à l'étranger, ses 1 200 partenaires et ses 11 000 ambassadeurs. L'agence joue collectif pour engager tous les acteurs normands vers une économie décarbonée et valoriser les atouts du cadre de vie en Normandie pour attirer les jeunes actifs : « choisir la Normandie, pour un monde meilleur »

De nouvelles ambitions, reflets d'un projet collectif

Après avoir fédéré un réseau de plus de 21 clubs de Normands à l'étranger 1 200 entreprises partenaires et 11 000 ambassadeurs, Normandie Attractivité active les Normands autour de la marque Normandie et d'une ambition collective partagée : « choisir la Normandie, pour un monde meilleur ». L'agence s'appuie sur les forces vives normandes, pour créer une dynamique économique et sociale positive. Des projets innovants, un écosystème favorable à l'émergence de nouvelles initiatives, et des entreprises engagées dans une démarche responsable, témoignent de cette transformation en marche. Objectif affiché : attirer de jeunes actifs.



Ce 20 mars, clin d'œil à la Journée mondiale du bonheur et du bien-être, reconnue par l'ONU, Normandie Attractivité ancre ce mouvement collectif avec une [vidéo](#) publiée sur les réseaux sociaux de l'agence, qui compte une communauté de plus de 59 000 abonnés. L'ensemble des Normands, des réseaux professionnels, des partenaires de Normandie Attractivité, sont invités à se mobiliser et à partager cette vidéo pour engager le maximum de personnes.

Pour afficher cette volonté de rendre la Normandie attractive pour les jeunes, une soixantaine de réseaux, filières et pôles de compétitivité ont été mobilisés.

Le nouveau site Internet récemment mis en ligne de Normandie Attractivité, choisirlanormandie.fr, a été actualisé afin de mieux répondre aux interrogations des futurs Normands et mettre en valeur le territoire. Dans la logique de son nouveau positionnement, il s'inscrit dans une démarche de réduction de son empreinte environnementale avec un éco-mode.

Afin d'attirer les jeunes actifs en quête de mieux vivre et de métiers porteurs de sens, la marque Normandie s'inscrit dans une démarche de modernisation et de renforcement de son identité, faisant évoluer son image économique et promouvant son cadre de vie attractif.



« La Normandie avance sur de nombreux points depuis la réunification. Et son image grandit positivement. Mais 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 décarbonée. On a des éléments pour l'illustrer. » déclare **Vianney de Chalus, Président de Normandie Attractivité**

S'engager collectivement vers une économie décarbonée et des métiers d'avenir

Dans une région où l'industrie représente 20% du PIB régional (versus 13% en moyenne nationale), la Normandie est déjà fortement engagée dans la réduction des émissions de carbone et la transition énergétique. Hydrogène, éolien offshore, nucléaire... la diversification du mix énergétique renouvelable et le renforcement des sources de production électrique sont au cœur des défis relevés par Normandie. La construction des EPR 2 à Penly, de 4 parcs éoliens et le Grand Carénage de 3 parcs nucléaires normands, entraînent un recrutement massif dans la production d'énergie décarbonée. Pour l'ensemble des métiers de l'efficacité énergétique, ce sont ainsi 30 000 à 40 000 recrutements sur les 10 prochaines années qui sont attendus

« On a un tissu économique aujourd'hui très performant, qui est à la pointe de l'industrie, de la décarbonation, dans tous les secteurs : agroalimentaire, aéronautique, automobile, pharmacie... On peut citer également le développement autour de l'énergie, que cela soit le nucléaire, l'énergie éolienne maritime, l'hydrogène décarbonée, mais aussi le recyclage : l'axe Seine va être un acteur important, avec de grosses implantations comme Eastman et Futerro. Oui, la Normandie est un endroit où il fait bon vivre, mais c'est aussi une terre d'avenir. », **explique Pierre-Jean Leduc, président du MEDEF Normandie et de Demgy Group**

La volonté de la Normandie d'accompagner les industriels vers une économie plus durable attire les investissements d'avenir :

- L'entreprise néerlandaise EBUSCO a installé en 2023 sa première unité d'assemblage de bus électriques en France, au sein de l'emprise de l'usine Renault de Cléon.
- Eastman a choisi Port-Jérôme-sur Seine pour implanter la plus grande usine mondiale de recyclage plastique (plastiques PET)
- Le Belge Futerro projette de bâtir une bio-raffinerie dans ce même secteur : l'usine intégrée - une première en Europe - permettra de produire du PLA (polymère obtenu à partir de maïs ou de canne à sucre) et de le recycler.
- Le projet Normand'Hy mené par Air Liquide, consistant à construire un électrolyseur d'au moins 200 MW dans la zone industrielle de Port-Jérôme pour la production d'hydrogène renouvelable en France

Des projets innovants, des entreprises engagées, avec une belle marque employeur et s'impliquant dans une démarche RSE, forment un écosystème favorable à l'émergence de nouvelles initiatives, terreau indispensable pour attirer les nouvelles générations en quête de sens et de sérénité. Dans cette dynamique, la plateforme B-NEODD, recense des dispositifs financiers et des prestataires normands, proposant des services ou produits favorisant la décarbonation et la transition environnementale des PME/TPE normandes.

D'autres acteurs, start-up, ETI, services se distinguent sur le territoire et participent à cet effort. On peut, par exemple, citer :



- Veragrow propose des biostimulants à base de lombricompost pour une performance agricole durable
- Kiwai, la plateforme de financement participatif éco-responsable lancée par la Caisse d'Épargne
- Laudescher, Entreprise du Patrimoine Vivant est également entreprise à mission, depuis 2021. Et désormais, certifié B-Corp.

Le cadre de vie, un enjeu d'attractivité pour les jeunes actifs

La Normandie est une terre d'accueil idéale pour les jeunes actifs. Elle combine les avantages du dynamisme urbain de villes à taille humaine avec un cadre de vie agréable partagé entre terre et mer avec plus de 600 km de côtes. Mi-novembre 2023, Caen et Rouen se classent parmi les 10 villes les plus favorables selon le pouvoir d'achat immobilier et le nombre d'offres d'emploi¹. Caen se classe à la 11^{ème} place des villes françaises où il fait bon vivre¹.

Grâce à un taux de chômage de 6,9%¹ en-deçà de la moyenne nationale (7,2%)¹, la région offre de réelles opportunités de carrière ayant du sens, alliées à un cadre de vie idéal pour les jeunes familles ou les sportifs. La région compte déjà 200 ETI, 6 pôles de compétitivité et 12 filières d'excellence. Quant aux études supérieures, on peut citer l'EM Normandie se classe 3ème dans le palmarès des écoles de Commerce Post-Bac², et l'École Supérieure d'Art et Design Le Havre-Rouen est le meilleur diplôme national d'art Parcoursup en 2022.

L'agence Normandie Attractivité souhaite donc poursuivre ce travail de valorisation du territoire auprès des jeunes actifs, en s'appuyant aussi sur son dynamisme économique et de vie pour pallier la baisse démographique (0,1%).

Dans cette optique, la plateforme emploi.normandie.fr, lancée par la Région Normandie recense l'ensemble des offres d'emploi des entreprises normandes depuis mai 2023. De son côté, l'agence de l'Orientaion a mis en place l'outil Destination Métier pour faciliter l'accès aux stages dans les entreprises normandes pour les étudiants.

"Nous participons au développement de l'économie circulaire en Normandie, région qui accorde beaucoup d'importance à l'installation d'entreprises industrielles comme la nôtre. Quant au cadre de vie, il correspond exactement à ce que je cherchais : une qualité de vie incroyable, des villes à taille humaine, l'air pur de la mer, pas trop de monde, pas d'incivilités..." déclare **Marc Dib, néo-Normand et fondateur de Neolitik**

A propos de Normandie Attractivité

Normandie Attractivité est l'agence de marketing territorial de la Région Normandie. Lancée en juin 2017, elle vise à fédérer les Normands et amoureux de la Normandie afin de faire rayonner le territoire en France et à l'international. L'agence pilote la marque Normandie, la marque territoriale de la région. Retrouvez toutes les informations : www.choisirnormandie.fr

Contacts presse

Agence Oxygen

Mangara Sambakessy – mangara.s@oxygen-rp.com – 06 63 93 23 89

Violaine De Fontenilles – violaine.df@oxygen-rp.com – 06 59 28 82 71

Christelle Roignant – christelle@oxygen-rp.com – 06 83 81 61 6

¹ Baromètre Emploi et immo Meilleurstaux et Meteojob 2023

² Edition 2024 du palmarès de l'Étudiant