

Communiqué de presse

L'Agence d'attractivité de l'Indre monte en puissance en 2022

Attirer des candidats non indriens à postuler aux postes à pourvoir, développer une nouvelle stratégie marketing Santé, faire de l'Indre LA destination "Nature et Culture" auprès des touristes sont quelques-unes des nouvelles actions du programme 2022 de l'Agence d'attractivité de l'Indre (A2I). Après deux ans et demi d'existence, l'A2I monte en puissance.

Créée fin 2019 par le Conseil départemental, l'Agence d'attractivité de l'Indre entame sa 3e année d'existence dont deux ont été pour le moins chahutées. Lancer l'Agence quelques mois avant la crise Covid et le premier confinement de mars 2020 a naturellement freiné sa mise sur orbite.

Si 2020 a été compliquée avec une équipe en formation, et une crise sanitaire qui a fortement contrarié le plan d'action initial, l'année 2021 a presque réussi à apporter une forme de normalité dans l'action de l'agence. Une normalité rendue possible avec une équipe complète, totalement engagée dans une nouvelle démarche de marketing territorial et une nouvelle organisation en mode Action.

Pour 2022, le plan d'action de l'A2I est construit sur la poursuite de la montée en puissance opérationnelle de l'agence: de nouveaux outils, de nouvelles stratégies, de nouvelles éditions... Créativité et innovation sont les maîtres mots de l'agence qui opère d'abord dans un mode partenarial. *"L'ensemble des acteurs de la Santé, du Tourisme et de l'Économie participent activement à nos actions. Nombreux sont ceux qui nous soutiennent depuis la création en adhérant à notre agence"* se réjouit Christian BODIN, Président de l'A2I.

Ce qu'il faut retenir du plan d'actions de l'Agence d'attractivité de l'Indre pour 2022

Santé :

- mise en place d'une nouvelle stratégie marketing à destination des professionnels de santé (Médecins généralistes, Dentistes et Kinés principalement)
- campagnes de séduction envers les étudiants en santé
- campagnes de sensibilisation à l'exercice dans l'Indre auprès des étudiants en santé d'origine indrienne

Tourisme :

- pilotage et animation de la nouvelle stratégie marketing Berry Province, LA marque de destination touristique mutualisée par l'Indre et le Cher
- animation d'une campagne "Nature et Culture" à destination des media
- développement de l'accueil de rallyes-promenades pour clubs et associations de véhicules anciens
- développer une offre nouvelle d'accueil de Groupes Individuels Régroupés (GIR)

Economie :

- création d'un site internet de promotion des emplois à pourvoir dans l'Indre à destination des non indriens. L'objectif est de pallier aux difficultés de recrutement en local et d'attirer de nouveaux habitants, jeunes, actifs, expérimentés
- engager de nouvelles campagnes de séduction en Ile de France (presse, metro...)
- organiser et animer le stand "Indre en Berry" lors du prochain Salon International de l'Agriculture. Près de 50 producteurs sont attendus sur le stand durant les 9 jours du salon.

À PROPOS
DE L'AGENCE
D'ATTRACTIVITÉ
DE L'INDRE

en chiffres

depuis juin
→ 2019

→ 13
collaborateurs

→ 483
adhérents

→ 15 000
abonnés

