



# Compte-rendu du Comité de pilotage attractivité du 13 avril 2021

32 personnes connectées à la visioconférence / 46 inscrits

29 avril 2021



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE  
NOURRIT VOTRE *INSPIRATION*

# Programme du comité de pilotage attractivité du 13 avril 2021

**13h30** – Introduction par Marc Andro (Vice-président délégué de Quimper Cornouaille Développement et élu référent attractivité, VP de Quimper Bretagne Occidentale,)

**13h40** - Temps d'inclusion pour (re)faire connaissance

**13h55** – Présentation du plan d'actions opérationnel 2021-2022 et priorisation de certaines des actions

**15h45** – Conclusion par Josiane Kerloc'h (Membre du bureau de QCD et élue référente attractivité, Présidente de la Communauté de Communes du Haut Pays Bigouden)

**16h00** - Fin et photo !

Animation par Marion Olekhnovitch, société [YA+K](#)

## Enjeux identifiés :

- Que les recruteurs, entreprises et services publics, puissent recruter les « talents » dont ils ont besoin
- Que le territoire attire de nouveaux créateurs, de nouveaux actifs travaillant pour des employeurs locaux ou extérieurs (télétravail, sous-traitance...)
- Que les actifs du territoire, et notamment les jeunes, prennent connaissance des atouts et possibilités offertes sur le territoire
- *Les enjeux de l'accessibilité, de l'insertion, de la formation sont importants mais ne seront pas traités dans le cadre de l'attractivité*

## Ces enjeux ne sont en rien atténués par la crise COVID

- Forte résilience de l'économie cornouaillaise
- Jeu des départs en retraite (papy boom) et départ des jeunes, notamment les plus diplômés
- Accélération des pratiques numériques & crise climatique accentuent même le potentiel attractif de la Cornouaille

## Questions qui se posent / à ces enjeux

- 1 – Comment recruter en « vendant » un territoire en même temps que l'on propose un poste/métier, une entreprise/culture ? Comment créer une « marque employeur territoriale » ?
- 2 – Comment attirer de nouveaux créateurs d'entreprises, de nouveaux actifs résidents ?
- 3 – Comment valoriser le territoire et ses activités auprès des actifs et des jeunes du territoire ?

## Le plan d'actions 2021-2022 proposé aujourd'hui :

- intègre ces enjeux
- capitalise sur celui co-construit en 2019
- a été co-construit par élus de la nouvelle mandature & équipe projet attractivité
- se concentre sur des actions de marketing territorial : actions opérationnelles pour améliorer les capacités de recrutement et d'attraction des actifs & actions de notoriété et d'image pour enrichir l'image économique de la Cornouaille, toujours sous l'angle de la mise en valeur des talents du territoire, auxquels les cibles peuvent s'identifier
- les nouvelles actions qui émergeront de ce COPIL seront étudiées (faisabilité, coût et moyens RH) et nourriront la réflexion pour les plans d'actions à venir

## Objectif de ce COPIL

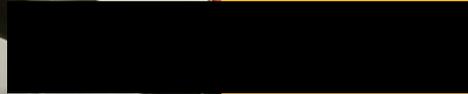
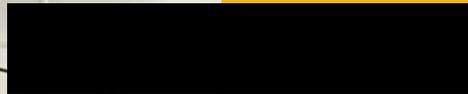
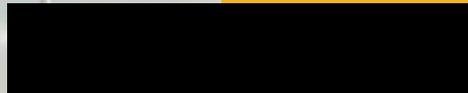
- Présenter le plan d'actions opérationnel 2021-2022
- Prioriser une partie des actions. Le COPIL est associé à la priorisation et à la construction du plan d'actions. Pour autant, l'arbitrage final revient aux élus de Quimper Cornouaille Développement, seuls redevables de l'utilisation de l'argent public

## Inclusion : chaque participant choisi de répondre à 1 de ces 3 questions :

1. **Quelle action de *Quimper Cornouaille* nourrit votre inspiration, parmi celles présentées au dernier COPIL, m'a particulièrement enthousiasmé.e et pourquoi ?**
2. **Quel est le ou la talent de Cornouaille qui m'inspire le plus et pourquoi ?**  
Jean Le Cam (co-fondateur Finistère Mer vent, la Forêt-Fouesnant), Emmanuelle Legault, (président de Cadiou Industrie, Locronan), Ozvan Masseron (championne de France surf, La Torche), Fred Prémel (co-fondateur du Pôle audiovisuel de Douarnenez Cornouaille), Christopher Franquet (co-fondateur de Entech Smart énergies, Quimper), Léa Jamelot (kayakiste de l'équipe de France pour les JO de Tokyo, Quimper), Marie-Pierre Nicolas (enseignante, Quimper), Yann Kersalé (artiste plasticien, Douarnenez), Xavier Hamon (Université des sciences et des pratiques gastronomiques), Clément Chabot (coordinateur du Low-tech Lab, Concarneau), Gaele Le Noane podcast & portrait écrit (fondatrice de Marguerite & Cie, Lesconil)
3. **Quelle est la valeur de QCNVI dans laquelle je me retrouve le plus et pourquoi ?**  
(Rappel des valeurs : Partage, Créativité, Authenticité et engagement ?)



# Le plan d'actions 2021-2022



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE  
NOURRIT VOTRE INSPIRATION

# À retenir : plan d'actions 2021-2022

- Passage d'un plan d'actions pluriannuel à un **plan d'actions annuel**
- Réorientation du plan d'actions sur :
  - la **problématique du recrutement des cadres et techniciens pour les employeurs privés et publics**
  - la **cible des actifs (salariés, porteurs de projets, *free-lance*, chefs d'entreprises, créatifs, travailleurs indépendants de leur lieu de travail, télétravailleurs...)**
  - la **cible endogène** et la question de l'**hospitalité** (accueillir et retenir les habitants, les entreprises, les porteurs de projets... du territoire) pour que les actifs, et notamment les jeunes, aient conscience des atouts et possibilités offertes sur le territoire
- Réorientation ne signifie pas que les autres actions, et notamment celles en matière de notoriété et d'enrichissement de l'image économique de la Cornouaille tant en interne qu'à l'externe, ne sont plus menées
- Le plan d'actions recense uniquement les actions dont **Quimper Cornouaille Développement serait le pilote**. Des actions en partenariat ou en utilisant les outils de *Quimper Cornouaille nourrit votre inspiration* pourront venir le compléter,

# Le plan d'actions 2021-2022 en détail

- Environ 30 actions réparties dans 7 orientations d'actions
- 2 types d'actions :
- **Les actions fondatrices menées par QCD et non soumises à la priorisation en fond rouille**
- **Les actions soumises à la priorisation en COPIL attractivité en fond glaz**

Orientation  
d'actions

Actions  
fondatrices

Actions à  
prioriser

---



## **Orientation d'actions**

---

**Animation de la  
démarche de co-  
construction et  
gouvernance  
(condition essentielle  
de la réussite d'une  
démarche de MT)**

---



## Animation de la démarche d'attractivité

---

... dans une logique de co-construction et avec une gouvernance ouverte et collective. Piloter le projet collectif, coordonner le plan d'actions, prendre des contacts, organiser des temps de rencontre, nouer des relations de long terme pour entretenir et développer la dynamique territoriale, organiser et animer les instances de l'attractivité (COFIL, GT, plénière, COTECH, info. EPCI, partenaires)...

---



## Visite de territoires engagés dans l'attractivité

---

Organiser la visite de territoires engagés dans l'attractivité pour les élus et les membres du COFIL qui le souhaiteraient.  
Objectif : s'inspirer des expériences et bonnes pratiques de marketing territorial menées ailleurs.

---



## Participation à des évènements des réseaux marketing territorial

---

Participation aux différents réseaux "attractivité" (marque Bretagne, Finistère 360...)

---



## **Orientation d'actions**

---

**Renforcement de la  
notoriété territoriale  
par la mise en avant  
des talents**



---

## Portraits des talents 3e série

---

Création de 10 portraits de talents (vidéo, podcast, interview, photos...)



---

## Plénière 2021 autour des talents

---

Organiser un évènement à destination des partenaires et des acteurs de la démarche d'attractivité

---



# Orientation d'actions

---

Plateforme attractivité  
et outils numériques



---

## Définition d'une stratégie digitale et événementielle

---

Définir une stratégie en fonction d'un ciblage affiné et d'une réorientation vers la cible locale (retenir)



---

## Amélioration + animation de la plateforme quimpercornouaille.bzh

---

Améliorer et animer la plateforme attractivité quimpercornouaille.bzh



---

## Animation réseaux sociaux

---

Achats d'annonces + formations

---

## Renforcement des compétences sur les outils numériques

---

Organisation d'une formation photos smartphone ouverte aux EPCI  
Formation au webmarketing

---

## Partenariats avec des influenceurs\*

---

Détecter les principaux influenceurs locaux ou actifs sur la thématique "attractivité" et échanger des contenus

\* influenceur : personne disposant d'une influence grâce à son audience sur les réseaux sociaux (Instagram, Youtube, Linkedin, Facebook, Twitter...)

---

## Prospection web (action d'inbound marketing) & amélioration du référencement (grâce à la production de contenus)

---

Recherche de solutions de marketing digital dédiées

---



# Orientation d'actions

---

Outils de promotion

---



## Brochure papier Quimper Cornouaille nourrit votre inspiration

---

Editer une brochure papier s'adressant à toutes les cibles de l'attractivité, via l'angle des Talents et exposant les atouts de la Cornouaille répondant aux besoins des cibles

---



## Pack accueil événements d'affaires en Cornouaille (événementiels, salons professionnels...)

---

Diffusion des packs attractivité : totebags avec des brochures papier, des goodies, des produits co-brandés...

---



## Production de contenus et organisation d'une banque de contenus pour les acteurs de l'attractivité

---

Production de contenus (textes, photos, vidéos, datavisualisation, illustrations...) et organisation d'une banque de contenus pour les acteurs de l'attractivité

---



## **Orientation d'actions**

---

**Actions emploi à  
destination des  
employeurs  
(facilitatrices pour le  
recrutement)**

---

## Diagnostic difficultés de recrutement cadres et techniciens sup

---

Commande d'une étude spécifique mesurer et objectiver les difficultés de recrutement et les besoins des entreprises en termes de recrutement de cadres et techniciens sup pour en déduire les actions à mener en termes d'attractivité territoriale

---

## Outils facilitateurs recrutement et fidélisation des actifs (côté recruteurs)

---

Créer des outils facilitateurs du recrutement et de la fidélisation des actifs à destination des employeurs (publics et privés)  
Ex : livret, site internet, formation, sensibilisation, services mutualisés (cabinet de recrutements, services de conciergerie d'entreprise, services de "relocation" type ma nouvelle ville ou carrières nomades...)

---

## Evènement 2021 sensibilisation des employeurs sur les nouveaux modes de travail

---

Co-construction avec le GT attractivité d'un évènement à destination des employeurs pour les sensibiliser au travail nomade (c'est à dire indépendant du lieu de travail, comme le télétravail et le travail dans des tiers-lieux), argument pour attirer et recruter et fidéliser des actifs

---



## Marque employeur territoriale

---

Créer un réseau de recruteurs (dirigeants, DRH, cabinets de recrutement...) pour les sensibiliser à l'intérêt d'intégrer une dimension territoriale à leurs processus de recrutement ou à leur marque employeur pour faciliter le recrutement et la fidélisation de leurs salariés  
ex : argumentaire et banque de contenus (photos, textes, vidéos...) pour valoriser les atouts territoriaux répondant aux besoins des cibles dans les processus de recrutement

---



## Labo RH 2ème édition

---

Organisation d'un évènement à destination des employeurs pour échanger sur l'évolution des méthodes de recrutement et de management, partager des bonnes pratiques

---



## Plateforme internet à destination des actifs et des recruteurs

---

Créer un outil internet de type jobboard à destination des personnes en recherche d'emploi (offres d'emploi) et des recruteurs (cvthèque)

---



# Orientation d'actions

---

Actions emploi à  
destination des actifs

---

## Guide S'installer à Quimper Cornouaille

---

Rééditer le guide s'installer  
à Quimper Cornouaille à  
destination des actifs  
projetant ou venant  
s'installer en Cornouaille

---

## Promotion de la plateforme jobconjoint

---

Promouvoir et conforter  
l'outil jobconjoint

---

## Référencement sur la plateforme Paris je te quitte

---

Référencement sur le site  
dédié, réalisation d'un film  
spécifique

---

# Pass bienvenue pour les nouveaux actifs

---

Créer un pass bienvenue  
Ex de contenu : Guide  
s'installer à Quimper  
Cornouaille, brochure Quimper  
Cornouaille, produits co-  
brandés Quimper Cornouaille  
nourrit votre inspiration, visite  
du territoire et/ou journée  
d'intégration dans des réseaux,  
bons de réduction, accès à des  
services de relocation ou de  
conciergerie (ex : ma nouvelle  
ville/carrières  
nomades/[www.flexservice.fr](http://www.flexservice.fr))

---



# Orientation d'actions

---

Présence extérieure

---

## Stand pour salons

---

Réaliser un stand Quimper Cornouaille nourrit votre inspiration pour les salons

---

## Présence sur salons

---

Etre présent sur des salons spécifiques "actifs", "emploi", "étudiants-1er job" (Bretagne, ouest de la France, Paris) et déplacement avec les partenaires EPCI

---

## Partenariat avec la SNCF & Club TGV

---

Participer à la démarche jobdating du club TGV



# Echanges et réactions sur le plan d'actions



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE  
NOURRIT VOTRE INSPIRATION

# Échanges et réactions

Maintenant que vous avez la vision d'ensemble du plan d'actions, et avant de passer à la priorisation, nous voulions vous proposer de prendre du recul et de voir si vous avez des idées qui viendront nourrir la réflexion pour le plan d'actions actuel et pour les futurs.

#1 - Qu'est-ce qui m'inspire, qu'est-ce qui me nourrit ?

#2 - Qu'est-ce qui me surprend ?

#3 - Quelles nouvelles idées d'actions émergent ?

- **Mener des enquêtes auprès des non-Cornouaillais** pour savoir ce qui les ferait venir en Cornouaille ou, au contraire, ce qui les rebute (Nicolas Thomas, Implct)
- À Paris, et de manière générale hors de Cornouaille, la réalité du dynamisme économique, le fait que la Cornouaille soit un territoire qui embauche et sur des compétences très diversifiées n'est pas connu. **Dans nos communications, il faut aller au-delà de la beauté des paysages et mettre en avant la réalité économique de la Cornouaille, faire savoir que le territoire recrute** (Maryse Le Maux, Cornoualia)
- **Approfondir la connaissance des cibles et de leurs besoins et attentes** par des enquêtes, des études de besoins. Cela permettrait **d'objectiver les messages et les arguments à mettre en avant** (Arnaud Cacquevel, Bretagne Développement Innovation)

# Échanges et réactions

- Réponse : diagnostic préalable sur les cibles mené en 2018 avec le portrait d'attractivité. A présent que recentrage sur la cible des actifs, il est prévu un diagnostic des problèmes de recrutement et une enquête pour mieux connaître la demande des employeurs en la matière (Michel Bolloré, QCD)
- Mise en place d'un **accompagnement pour l'installation des personnes en Cornouaille** sur l'ensemble des problématiques (logement, emploi du conjoint, écoles...). **Soit par une task-force au niveau cornouaillais, soit par recours à des organismes de relocation**
- Réponse : il existe plusieurs organismes de relocation : [ma nouvelle ville](#) (filiale d'action logement), [carrières nomades](#), [Laou](#). D'autres territoires ont choisi d'avoir un service intégré à l'agence d'attractivité (Ex dans la Manche, [service \(3 personnes\) intégré à l'agence d'attractivité](#) + travail de ciblage très précis). Cette action a été évoquée plusieurs fois. La question reste ouverte. Les 2 solutions (recours à des prestataires ou internalisation) n'ont pas les mêmes impacts. L'action « Outil facilitateur de recrutement et de fidélisation des actifs » intègre cette action d'accompagnement. La société Laou propose aussi un accompagnement pour les prospects qui pourraient venir via l'inbound marketing. Ces services pourraient être réservés certaines familles d'actifs ou de métiers qu'on souhaiterait cibler plus précisément. Ex : organisation pour la Corrèze de week-end de découverte pour des informaticiens (= métier en tension). (Michel Bolloré, Maryse Brégeon, Emmanuelle Coacolou, QCD)

# Échanges et réactions

- Argument principal qui donne envie de venir dans un territoire = il fait **meilleur vivre là où je vais m'installer. La Bretagne pâtit de péchés** remontant à 20-30 ans : agriculture intensive, élevages intensifs, eau polluée, algues vertes, remembrement mal fait... qui sont des freins à l'installation pour une vie. **Dans notre dimensionnement attractif, il faut s'appuyer sur la réforme écologique engagée, montrer qu'il y a des emplois mais aussi qu'on peut vivre heureux et s'installer ici pour une vie, pour faire y faire grandir ses enfants et les générations à venir** (Philippe Audurier, Douarnenez Communauté)
- Outre les atouts touristiques, **ce qui attire en Cornouaille c'est la notion d'humanité**, de lien entre les gens **et notamment pour l'attractivité des entreprises via une marque employeur**. Ce qui fait venir les gens c'est l'humain. Dans mon métier au contact de nouveaux arrivants, notamment de grandes villes, ils disent qu'ils souhaitent retrouver **la nature, la simplicité de vie, la douceur de vivre tout en ayant un travail épanouissant** (Marylin Guillaume, Gecko conseils RH)
- Cette image de **qualité de vie et où on peut équilibrer vie professionnelle et vie personnelle est renforcée par le contexte de crise sanitaire. La Bretagne donne l'image d'un climat apaisé où il fait bon vivre par rapport aux grandes villes stressantes**. C'est un atout très fort (Josiane Kerloc'h, Communauté de communes du Haut Pays Bigouden)

# Échanges et réactions

- Je partage l'avis de Josiane Kerloc'h. L'enjeu, c'est de partager à l'extérieur cet atout de la qualité de vie (Philippe Audurier, Douarnenez Communauté)
- *Réponse : les portraits de Talents, issus d'un travail participatif en groupe de travail, ont été fait dans cette optique de montrer qu'en Cornouaille il est possible d'équilibrer vie professionnelle et vie privée quelle que soit son activité. On met en avant le territoire et la qualité de vie mais de façon implicite, à travers l'expérience de vie de personnes sur le territoire (et pas simplement par de belles images ou des paysages) (Michel Bolloré, QCD)*
- Remontée du terrain : il y a un **problème de logement pour les nouveaux arrivants, et notamment pour les familles. Il faut aussi penser à l'ensemble des services sur le territoire.** (Sabine Auger, RH TPE)
- **Le sujet n'est pas tant l'attractivité que l'accueil.** Le territoire bénéficie d'une belle image, d'une attractivité renforcée par le contexte économique et par le souhait des gens de revenir dans leur région de naissance. **La difficulté est plutôt sur l'accueil, la capacité à trouver du travail, à adapter les compétences aux besoins des employeurs du territoire, le logement.** Cela devient un vrai enjeu pour le territoire. (Françoise Le Lann, Investir en Finistère)



# Priorisation des actions



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE  
NOURRIT VOTRE *INSPIRATION*

# Résultats de la priorisation (vote sur Wooclap)

1. Partenariats avec des influenceurs (612 points obtenus)
2. Outils facilitateurs recrutement et fidélisation des actifs (347 points obtenus)
3. Labo RH 2ème édition (295 points obtenus)
4. Promotion de la plateforme jobconjointes (285 points obtenus)
5. Pass bienvenue pour les nouveaux actifs (242 points obtenus)
6. Marque employeur territoriale (238 points obtenus)
7. Plateforme internet à destination des actifs et des recruteurs (230 points obtenus)
8. Visite de territoires engagés dans l'attractivité (195 points obtenus)
9. Guide S'installer à Quimper Cornouaille (135 points obtenus)
10. Présence sur salons (100 points obtenus)
11. Brochure papier Quimper Cornouaille nourrit votre inspiration (45 points obtenus)
12. Stand pour salons (41 points obtenus)
13. Partenariat avec la SNCF & Club TGV (35 points obtenus)

# PRIORISATION / SÉLECTION

COPIL QCNVI 13/04/2021

## TEMPS DISPONIBLE

**Partenariats avec des influenceurs\***

Définir les principaux influenceurs locaux ou actifs sur la thématique "attractivité" et échanger les contenus.  
\*Influenceur = personne disposant d'une influence grâce à son audience sur les réseaux sociaux (Instagram, Youtube, LinkedIn, Facebook, Twitter...)

Temps : 9 / Budget : 15

**Outils facilitateurs recrutement et fidélisation des actifs (côté recruteurs)**

Créer des outils facilitateurs du recrutement et de la fidélisation des actifs à destination des employeurs publics et privés.  
Ex : forum, site internet, formation, sensibilisation, services mutualisés (bureaux de recrutements, services de conseil/ergonomie, services de "talent-assess" type ma nouvelle ville ou carrière nouvelle...)

Temps : 35 / Budget : 15

**Labo RH 2ème édition**

Organisation d'un événement à destination des employeurs pour échanger sur l'évolution des méthodes de recrutement et de management, partager des bonnes pratiques.

Temps : 22 / Budget : 15

**Promotion de la plateforme jobcojoins**

Promouvoir et conforter l'outil jobcojoins

Temps : 2 / Budget : 6

**Pass bienvenue pour les nouveaux actifs**

Créer un pass bienvenue  
Ex de contenu : Guide s'installer à Quimper  
Cornouaille, brochures Quimper Cornouaille, profils de salariés  
Quimper Cornouaille nourrit votre inspiration, visite du territoire  
réduite journée d'intégration dans des réseaux, bonni de réduction, accès à des services de sélection ou de conseil/ergo. Ex : ma nouvelle ville/activeur  
nouvelleville/ressources.fr

Temps : 18 / Budget : 0

**Marque employeur territoriale**

Créer un réseau de recruteurs parajobbers, créer cabinets de recrutement... pour les sensibiliser à l'impact d'organiser une démarche territoriale à leurs processus de recrutement ou à leur marque employeur pour faciliter le recrutement et la fidélisation de leurs salariés ex : argumentaire et langage de contenus (photos, textes, vidéos...), atelier-terrain les acteurs territoriaux répondent aux besoins des cités dans les processus de recrutement

Temps : 35 / Budget : 3

**Plateforme internet à destination des actifs et des recruteurs**

Créer un outil internet de type jobcojoins à destination des personnes en recherche d'emploi (offres d'emploi) et des recruteurs (jobchase)

Temps : 26 / Budget : 61

**Visite de territoires engagés dans l'attractivité**

Organiser la visite de territoires engagés dans l'attractivité pour les élus et les membres du COPIL sur le souhaité.  
Objectif : s'inspirer des expériences et bonnes pratiques de marketing territorial menées ailleurs.

Temps : 9 / Budget : 9

**Guide S'installer à Quimper Cornouaille**

Définir le guide s'installer à Quimper Cornouaille à destination des actifs projetant ou venant s'installer en Cornouaille

Temps : 20 / Budget : 61

**Présence sur salons**

Etre présent sur des salons spécifiques "actifs", "emploi", "studians-les jobs" (Bretagne, ouest de la France, France) en collaboration avec les partenaires EPIC

Temps : 0 / Budget : 30

**Brochure papier Quimper Cornouaille nourrit votre inspiration**

Editer une brochure papier s'adressant à toutes les cités de l'attractivité, via l'angle des Talents et exposant les atouts de la Cornouaille répondant aux besoins des cités

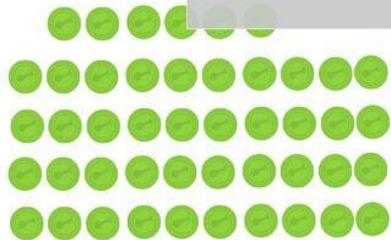
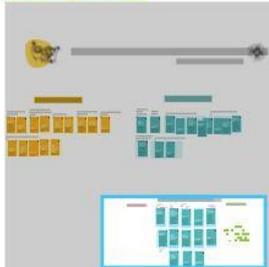
Temps : 10 / Budget : 10

**Partenariat avec la SNCF & Club TGV**

Participer à la démarche jobbing du club TGV

Temps : 10 / Budget : 10

## BUDGET DISPONIBLE



déplacer

rechercher

options

# Arbitrage par les élus de QCD

---

- Les élus tiendront compte de la priorisation effectuée en COPIL
- Mais l'arbitrage final du plan d'actions sera effectué par les élus de Quimper Cornouaille Développement en fonction de leurs priorités ainsi que des moyens humains et budgétaires disponibles
- Le COPIL sera informé des décisions prises



# Conclusion



KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE  
NOURRIT VOTRE *INSPIRATION*

# Conclusion par Josiane Kerloc'h

---

- **Merci** pour votre participation à cet exercice de priorisation, important pour la **co-construction**
- **Validation finale** : le plan d'actions priorisé aujourd'hui en COPIL sera validé par **les élus de Quimper Cornouaille Développement**
- Ce plan d'actions correspond aux actions dont **Quimper Cornouaille Développement est pilote**
- Pour mener des **actions en partenariat**, n'hésitez pas à contacter un [membre de l'équipe attractivité](#)

# Conclusion par Josiane Kerloc'h

---

- **Prochains RDV pour la co-construction de la stratégie d'attractivité**
  - **COPIL attractivité** fin 2021 ou début 2022 : bilan des actions 2021-2022 et co-construction du plan d'actions 2022-2023
  - **plénière attractivité** autour des talents fin 2021
  - Un ou **plusieurs groupes de travail**, mis en place en fonction du résultat de la priorisation, à partir de juin-juillet : préinscription sur le [site internet de QCD](#)

# Suivez l'avancement de la stratégie d'attractivité

- Consultez les [actus](#) et [abonnez-vous à la lettre d'info](#) sur le site de [Quimper Cornouaille Développement](#)
- Suivez-nous sur LinkedIn [@quimpercornouaillenourritvotreinspiration](#)
- Consultez les actus de la plateforme attractivité [www.quimpercornouaille.bzh](http://www.quimpercornouaille.bzh)

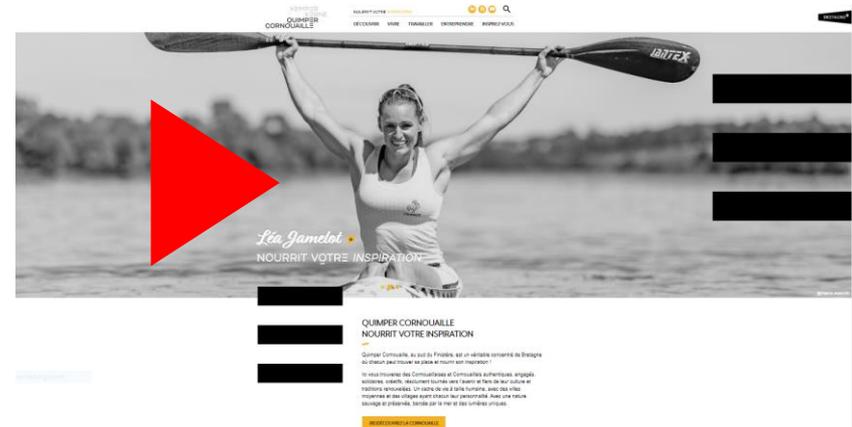
# Participez à la stratégie d'attractivité

- Inscrivez-vous au(x) GT attractivité : [je m'inscris](#)
- Utilisez les outils de communication de Quimper Cornouaille nourrit votre inspiration sur [l'espace pro](#)
- **Contacts équipe attractivité**
  - Michel Bolloré [michel.bollore@qcd.bzh](mailto:michel.bollore@qcd.bzh)
  - Maryse Brégeon [maryse.bregeon@qcd.bzh](mailto:maryse.bregeon@qcd.bzh)
  - Emmanuelle Coacolou [emmanuelle.coacolou@qcd.bzh](mailto:emmanuelle.coacolou@qcd.bzh)
  - Dominique Pennec [dominique.pennec@qcd.bzh](mailto:dominique.pennec@qcd.bzh)

# Portrait filmé de Léa Jamelot, talent de Quimper Cornouaille

- **Résultat d'un travail collectif du GT Mise en avant des talents de 2019**
- Un travail qui a permis de réaliser **10 portraits filmés, 10 portraits rédigés de talents**
- **Talents** : les femmes et les hommes qui font le territoire, des personnes comme vous et moi et qui ont trouvé ici un lieu où développer leur projet qu'il soit professionnel ou personnel "La Cornouaille est un territoire inspirant qui nourrit la créativité, toutes les créativités."
- Ce contenu, ainsi que tous ceux de l'espace pro du site quimpercornouaille.bzh, sont des outils de communication à disposition de tous les acteurs de la démarche pour présenter la Cornouaille, promouvoir ses atouts, recruter, etc.

Portrait de Léa Jamelot,  
kayakiste de l'équipe de  
France pour les JO de  
Tokyo et talent de  
Cornouaille



- Retrouvez l'actu bilan du COPIL#5 du 13 avril 2021 : [Priorisation du plan d'actions attractivité 2021-2022 lors du COPIL du 13 avril 2021](#)

KEMPER  
KERNE  
QUIMPER  
CORNOUAILLE

NOURRIT VOTRE *INSPIRATION*

Quimper Cornouaille

NOURRIT VOTRE *INSPIRATION*

La stratégie d'attractivité de la Cornouaille est portée et animée par  
Quimper Cornouaille Développement



Et a bénéficié du concours financier de la région Bretagne de 2018 à 2020

