

## Développer le marketing territorial

Fiche 1  
Action 1.1.1

Axe 1 : Favoriser l'attractivité et l'aménagement du territoire  
Objectif 1.1 : Promotion du territoire

Diagnostic	<p>Il existe une méconnaissance du département qui est souvent jugé comme peu attractif</p> <p>De nombreux jeunes de 18 à 25 ans quittent le département pour poursuivre leurs études</p> <p>Dans le département, il y a une faible densité médicale avec plus de la moitié des médecins généralistes ayant plus de 55 ans</p> <p>L'axe de la famille est primordial pour l'installation des professionnels ainsi que l'intérêt porté à son installation</p>
<b>Enjeux</b>	<p><b>Améliorer l'attractivité du territoire</b></p> <p><b>Favoriser l'installation des professionnels dans le département</b></p>
Actions	<p>Valoriser les atouts du département</p> <p>Rendre attractif le Loir-et-Cher avec des phrases clés orientées vers l'axe famille et la qualité d'exercice professionnel</p>
Public(s) visé(s)	Tout public
Pilote(s)	DADOPS
Partenaires et ressources partenariales	<p><b>Partenaires</b> : ARS, APST, MEDEF 41, CLS, CCAS, CIAS, CH, MDCS, PLS</p> <p><b>Ressources partenariales</b> :</p> <p><u>PTS</u> : Objectif 2 : Relever le défi des professionnels de santé</p> <p>Action 2.1. : Faciliter l'installation des médecins généralistes</p> <p><u>SRP</u> : Volet ambulatoire : maintenir et attirer des professionnels de santé sur le territoire</p>
Leviers/freins	<p><b>Freins</b> : population vieillissante, démographie médicale déclinante, faiblesse du secteur tertiaire, de l'enseignement supérieur et du niveau de formation des actifs. Mauvaise connaissance du département par les étudiants</p> <p><b>Leviers</b> : réseaux routiers et ferroviaires permettent de se rendre en moins d'une heure à Paris et en trois heures à la montagne et à la mer</p> <p>Patrimoine historique et culturel importants, modes de vies paisibles et sécurisés, faible coût de l'immobilier et foncier, multitudes de petites et moyennes entreprises, qualité et savoir-faire issus du riche passé industriel</p>
Moyens mobilisés	<p>Promotion des dispositifs existants</p> <p>Communication</p>
Échéancier	2015
Indicateurs du suivi et évaluation proposés	<p>Évolution du nombre d'étudiants en stage dans les domaines de la santé, du social et du médico-social</p> <p>Évolution du nombre de professionnel installés</p> <p>Évolution de la population</p>