



## Développement économique à partir d'un réseau fondé sur l'identité normande

Le but est de créer un **environnement favorable au dynamisme industriel et commercial** des entreprises normandes.

Le moyen est de **créer et d'entretenir un réseau des Normands** (France et étranger) basé sur la notion de « Normandie » (3,3 millions d'habitants) avec un message simple et fédérateur.

Des régions l'ont déjà mise en pratique. (Bretagne, Pays basque, Nord, Alsace, Auvergne, Corse...)

### **Pour quelles raisons?**

Lobbying économique,  
Développement d'affaires entre entreprises normandes, soutien à la prospection, opportunités de marché,  
Investissements étrangers ou de l'Etat en Normandie, aménagement du territoire mieux compris,  
Identification et recrutement de compétence au profit des entreprises normandes, embauche de jeunes diplômés normands, accueil de stagiaires,  
Participation à la diffusion de l'image positive de la Normandie, ...

Cette notion de "communauté des Normands" ne peut fonctionner que soutenue par un **lien affectif** fort pour qu'elle soit attractive et oriente naturellement vers la région d'origine (ou d'attachement), la Normandie.

Se référant aux réseaux régionaux ou nationaux dans le monde, il apparaît que le lien affectif et fédérateur est la culture et l'identité: l'image. Le contenu existe en Normandie, mais il n'est pas ressenti activement:

**Une étape préalable est donc nécessaire:** Favoriser l'**appropriation d'une identité normande valorisante et motivante**, liée à l'histoire, aux réalisations économiques ou culturelles, scientifiques ou sportives, patrimoniales ou humaines, au paysage, au climat...

Cette sensibilisation dans l'**ensemble de la société normande** est également l'opportunité de l'éveil d'une conscience collective ("communauté de destin des Normands") pour **créer un sentiment de fierté qui doit dynamiser le mental collectif** normand (une région qui gagne).

Le support : Pour optimiser l'adhésion de tous les Normands, dont les décideurs, l'association s'adosse au **11<sup>ème</sup> centenaire de la Normandie en 2011**; (911-2011). Cet **évènement médiatique fort** est mené par le CRT (Comité Régional du Tourisme) et des structures économiques, associatives qui lui donnent l'écho nécessaire. (entreprises, formation, universités, laboratoires, chercheurs, artistes, medias, clubs sportifs, têtes de réseaux...) Il est le point visible d'impulsion du maillage à construire dans les années à venir.



Ce projet est à long terme. Il comprend également un **volet éducation**: l'attachement régional se construit progressivement auprès des élèves en scolarité en Normandie. C'est dans cet esprit un projet à au moins **30 ans**.

Le message est ouvert : il s'agit d'intégration et non de repli sur soi. Il est destiné à **favoriser le déplacement des jeunes vers d'autres horizons avec un lien inaltérable à leur région** d'origine.

Cet ancrage facilitera leur retour, enrichis d'expériences et de compétences, ou l'expression d'un esprit d'ambassadeur du territoire.

C'est aussi créer à l'extérieur un message valorisant et attractif qui **incite les diplômés à venir dans la région** (recrutement de compétences).

Pour diriger ce projet l'association regroupe des **décideurs économiques** ainsi que des **représentants particuliers ou associatifs** de l'attachement régional. Ils apportent leur cautionnement moral et diffusent l'idée, participent à la réflexion et hiérarchisation des actions, prospectent des adhésions ...

L'association lance le réseau en recherchant des partenariats avec les réseaux existants en Normandie et une communication complémentaire à celle du CRT du 11<sup>ème</sup> centenaire.

Contact : [normandie@911-2011.fr](mailto:normandie@911-2011.fr)