

Local Impact – Salon de l'ESS

25 novembre 2016 – Bilan



Rappel des objectifs

Les objectifs initiaux

- Promouvoir l'ESS sur le territoire
- Valoriser et faire connaître les services et les produits des acteurs de l'ESS
- Générer des relations d'échanges économiques sur le territoire
- Permettre le rapprochement avec des entreprises ou des organisations avec lesquelles les structures de l'ESS peuvent établir de nouveaux partenariats
- Montrer en quoi et comment l'ESS peut se positionner en réponse à des besoins des partenaires
- Favoriser les politiques d'achat responsables

Les publics cibles

- Le grand public
- Les entreprises « hors ESS » : chefs d'entreprises, responsables des achats
- Les collectivités locales : élus et techniciens
- Les structures de l'ESS : responsables bénévoles et/ou salariés

Les organisateurs du salon

L'implication d'un comité de pilotage

Nathalie BUCHOT (Fenouil), Gaëlle VIOLET (Mutualité Française Sarthe), Valérie BEREZAIE (Carbur Emploi), Jean TERTRE (MAE), Jean Jacques DROGUET, Jérôme BODIN (APAJH), Pierre LEMARCHAND, Katia RICHARD (Iter), Martine GABOYER (ADMR), Anne LE POCHAT, Chloé DUREY (CRESS)

⇒ **1 réunion par mois pendant 1 an : définition du format, choix du lieu, développement des partenariats, définition de la stratégie et des outils de communication, organisation logistique, suivi budget et partenariat**

Stagiaire – 6 mois

Jérôme SOREAU

Coordination et suivi par le CEAS72

Nathalie COATGLAS et Bertrand LANGEVIN

Les partenaires du salon

Financement public



Financement privé



Apports en nature



Communication



Animations des conférences



La communication sur le salon

En amont

- Création de visuels et graphisme Local Impact
- Affichage sucettes Decaux sur Le Mans Métropole – 35 affiches 120x176 du 7 au 22 novembre + 12 affichages adhérents
- Publicité Ouest France et Maine Libre – 5 parutions entre le 12 et 22 novembre
- Spots radio France Bleu Maine – 40 diffusions du 18 au 25 novembre
- Articles de presse Ouest France et Maine Libre
- Compte Facebook et campagne de promotion (2000 vues)
- Temps de sensibilisation auprès des élus et techniciens de collectivités sur les achats responsables en partenariat avec le RGO et le Pays du Mans
- Diffusion de 1400 flyers + Newsletter spécifique (2000 contacts)
- Invitation acteurs économiques et institutionnels + relais adhérents /exposants

Pendant et après salon

- France Bleu Maine en direct du Salon dès 7h30
- Deux articles Maine Libre
- Emission RCF diffusée depuis le 26 décembre

800 personnes présentes sur le salon (compteur MMArena)

- Organisateur et exposants (~ 150 personnes)
 - Partenaires et « officiels » (~ 100 personnes)
 - Participation de bénévoles et de salariés des adhérents et exposants
 - ➔ *Bonne mobilisation interne aux structures*
 - Grand public : curieux, demandeurs d'emploi ou personnes en reconversion professionnelle, consultants, étudiants
 - ➔ *Impact de la communication Grand Public (presse, radio, Facebook)*
 - Peu d'entreprises et de représentants de collectivités
 - ➔ *Nécessité d'aller vers, Représentation de l'ESS ?, compréhension du salon ?*
- ***Nombre de participants supérieur aux attendus mais peu d'évènements de références (format, objectifs, territoire) sur la région pour apprécier la mobilisation***

Panel de 55 visiteurs qui ont répondu à l'enquête

- 44% ne connaissaient pas du tout l'ESS et 34% un peu
- Les principales motivations : rencontrer des structures, découvrir l'ESS, la curiosité, développer un projet, trouver un emploi
- Pour 87% d'entre eux, le salon a répondu à leurs attentes
- Pour 56%, le salon donnera suite à de nouveaux contacts avec des structures
- **Quelques remarques :**
 - *Signalétique à améliorer*
 - *Manque d'un espace restauration*

40 exposants :

26 associations, 4 coopératives, 5 mutuelles, 5 entreprises sociales

- dont 16 non adhérents
- dont 15 structures de l'IAE

Les retours :

- En moyenne : 20 à 40 prises de contact par exposants : des particuliers, d'autres structures de l'ESS
- Appréciations des exposants :
 - Organisation / déroulement de la journée : 4,3 / 5
 - Communication : 3,7 / 5
 - Animation : 4/5
- La formulation de proposition / devis de prestations pour certains
- Des rencontres entre structures ESS avec des perspectives de partenariats
- Un bilan plus décevant pour ceux qui avaient pour cible les entreprises
- Un souhait de renouvellement de l'action

Inauguration du salon

- Présence de nombreux élus locaux
- Visite de Mme Kirchner sur les stands, souhait de rencontrer les acteurs locaux. Echanges très appréciés tant par Mme Kirchner que les exposants
- Excuse de plusieurs intervenants (Préfecture, Région)

Conférences

- De 30 à 60 personnes
- Témoignages appréciées + nombreux échanges

Présentation de la SRESS

- Annulation 10 jours avant (incompatibilité d'agenda régional)
- Remplacée par un échange avec Mme Kirchner

Jeu du biscuit – sensibilisation entrepreneuriat

- Annulation faute de participants (difficulté à positionner une animation avec inscription dans un évènement ouvert)

Un salon réussi :

- Une implication des acteurs de l'ESS
- Une participation intéressante du grand public et des partenaires
- Un lieu adapté pour l'évènement
- Un bon relais médias en amont et en aval
- Un déroulement fluide – « sans couacs »
- Un budget « maîtrisé »
- Un bon retour sur les niveaux de satisfaction des différents participants

Des impacts qui restent encore à mesurer :

- Développement des activités et partenariats des structures (déjà quelques retours intéressants sur les prises de contact, prestations et partenariat)
- Reconnaissance de l'ESS et du Club sur le territoire

Des points d'attention

- La participation des entreprises : quelle compréhension de l'ESS et des objectifs du salon, niveau d'information sur le salon, se déplacent-elles ?
- Un relais de la communication perfectible sur l'évènement, notamment à destination des acteurs économiques
- La difficulté de construire un évènement multi cibles
- La nécessaire mesure des impacts pour les participants

Les pistes pour des suites ?

- S'appuyer sur le slogan « Local Impact – achat socialement responsable » pour développer des actions de promotion des produits et services ESS
- Aller vers les entreprises
- S'inscrire dans des évènements existants (4 jours, marché de Noël...)
- Nouvel évènement ?