Le Mois

SOCIALE ET SOLIDAIRE, L'ÉCONOMIE QUI SAIT OÙ ELLE VA.

www.lemois-ess.org

BILAN 2011

4ème édition nationale

UN ÉVÉNEMENT :

EN ALLIANCE AVEC :

Chiffres clefs du Mois de l'ESS 2011

- **1.732 manifestations**
- **1.125 organisateurs principaux**
- **122.000 participants**
- **1.300 retombées média**

- **10 thématiques quotidiennes**
- **17 partenaires ESS**
- **7 partenaires média**

- **600.000 supports de communication diffusés**
- **310.000 programmes diffusés**
- **45.000 visiteurs sur www.lemois-ess.org**

SOMMAIRE

Note méthodologique	**4**
Pourquoi un Mois de l'économie sociale et solidaire ?	**5**
↗ Contexte et enjeux	5
↗ Le Mois de l'ESS, un catalyseur d'identité	5
↗ Le Mois de l'ESS, un propulseur de notoriété	6
↗ L'intérêt du Mois de l'ESS d'après les organisateurs	6
↗ 2008-2011 : une montée en puissance significative du Mois de l'ESS	7
Les manifestations	**8**
↗ 1.732 manifestations en 1 mois	8
↗ 10 thématiques quotidiennes qui parlent aux citoyens	8
↗ Des manifestations variées pour tous les publics	9
↗ Le public au rendez-vous !	10
↗ Une répartition des manifestations en régions encore hétérogène	11
↗ Des partenariats nationaux qui renforcent l'implication et la visibilité du Mois de l'ESS	12
Les organisateurs	**13**
↗ 1.125 organisateurs principaux de manifestations	13
↗ Une bonne représentation des familles de l'ESS	13
↗ Les collectivités locales de plus en plus actives pendant le Mois de l'ESS	14
↗ Une bonne représentation des principaux secteurs d'activité de l'ESS	14
↗ Un rôle fondamental des CRESS et des réseaux/fédérations pour mobiliser des organisateurs	15
↗ Plus de 90% des organisateurs déjà prêts à se réinvestir dans l'édition 2012 du Mois de l'ESS !	15
La communication	**16**
↗ « Sociale et solidaire, l'économie qui sait où elle va »	16
↗ Acteur de changement	16
↗ «Le Droit à l'avenir… » : un film court pour découvrir les apports de l'ESS dans notre société	16
↗ Un panel d'outils diversifiés pour assurer une très large diffusion	17
↗ Un site internet dédié au Mois de l'ESS, outil d'information pour les organisateurs, les participants et les médias	19
↗ Un intérêt croissant des médias pour l'ESS : 1.316 retombées autour du Mois de l'ESS	20
L'organisation	**24**
↗ La coordination par les CRESS et le CNCRES	24
↗ Le calendrier national de l'organisation du Mois de l'ESS	24
↗ Le budget du Mois de l'ESS	25
ANNEXE : Liste des retombées médias	**26**

Note méthodologique

Le bilan de la 4ème édition du Mois de l'Economie Sociale et Solidaire est basé sur l'exploitation et l'analyse de données issues de 4 sources complémentaires:

La base de données des manifestations et des organisateurs du site national du Mois de l'ESS.
Cette base, exportée au 19 décembre 2011, donne des informations qualitatives sur les 1732 manifestations (lieu, type, thème, publics cibles, envergure) et sur les 1125 organisateurs principaux (type, secteurs d'activité, nombre de salariés).
Rq : certaines analyses n'exploitent pas les manifestations de la région Basse-Normandie, les manifestations de cette région n'ayant pas été identifiées sur le site national.

La base de données des retombées médiatiques issue de l'Argus de la presse.
Cette base, exportée le 31 décembre 2011, recense la majorité des retombées média presse, web, radios et télévisions nationales sur une recherche du terme « Mois de l'économie sociale et solidaire ».
Ces retombées médias ont été complétées par l'enquête auprès des CRESS sur les retombées radiophoniques et télévisuelles locales.

Une enquête en ligne auprès des organisateurs principaux des manifestations, réalisée en décembre 2011.
Cette enquête donne des indications sur la fréquentation des manifestations et sur l'avis des organisateurs sur l'intérêt, l'organisation et la communication du Mois de l'ESS.

Les données du présent document sont issues du traitement de 393 questionnaires (correspondant à 23% des manifestations).

Une enquête réalisée en décembre 2011 auprès des 22 CRESS organisatrices du Mois de l'ESS (15 retours).
Cette enquête donne des indications sur les supports de communication régionaux et leur diffusion, les budgets régionaux, les retombées médiatiques des radios et télévisions locales et les budgets régionaux.

Pourquoi un Mois de l'économie sociale et solidaire ?

↗ Contexte et enjeux

Malgré son poids économique important (plus de 215.000 entreprises et près de 10% de l'emploi en France), l'économie sociale et solidaire est marquée par un manque global de connaissance par le grand public, par les pouvoirs publics mais également par ses propres acteurs.

Ces préoccupations d'identité commune et de reconnaissance interne et externe du secteur sont transversales aux actions des CRESS sur leur territoire régional.

Ce constat a conduit le CNCRES à mettre en place, en 2008, un « Mois de l'Economie Sociale et Solidaire en France », reprise du concept créé en 2003 à l'échelle régionale par la CRESS PACA.

↗ Le Mois de l'ESS, un catalyseur d'identité

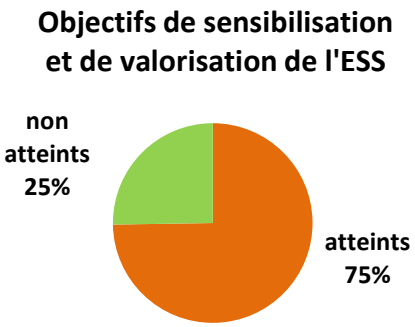
Il permet le renforcement du sentiment d'appartenance des acteurs de l'ESS à travers notamment:

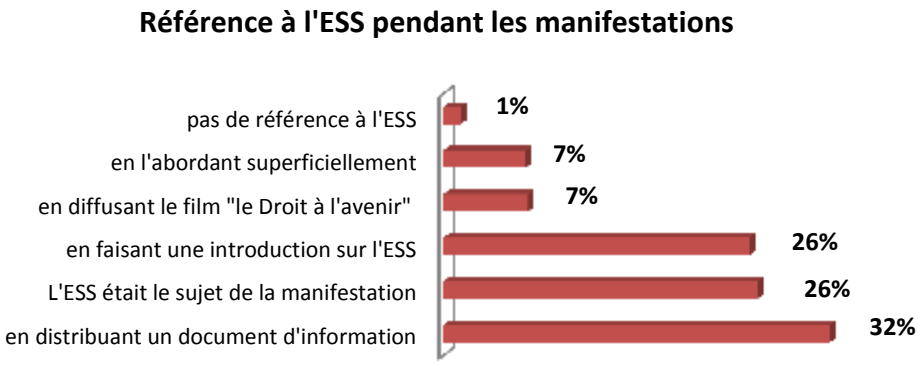
- la mobilisation des acteurs locaux, régionaux, nationaux
- la co-organisation d'événements par plusieurs entreprises, réseaux, familles de l'ESS
- l'affichage des événements et des organisateurs sous un logo commun
- l'intégration des événements et des organisateurs dans un programme collectif
- l'implication des acteurs et réseaux dans le plan de communication

↗ Le Mois de l'ESS, un propulseur de notoriété

Il constitue une vitrine de l'ESS et permet d'accroitre sa visibilité auprès des acteurs, des partenaires, des institutions, du grand public à travers notamment:

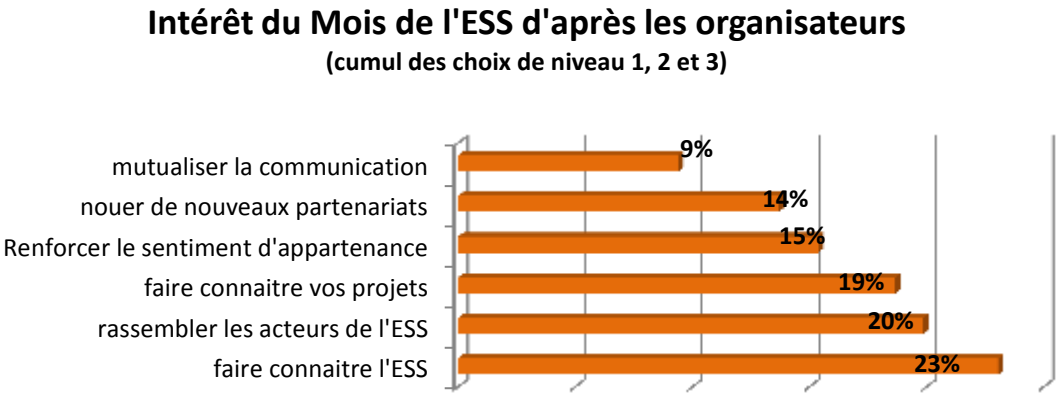
- des manifestations de toute nature : débats, portes ouvertes, projections, formations, animations publiques, rendez-vous festifs…
- des manifestations dans tous les secteurs classées en 10 thèmes quotidiens : se loger, travailler, consommer, s'évader…
- des campagnes de communication nationale et régionales
- une médiatisation locale, régionale et nationale





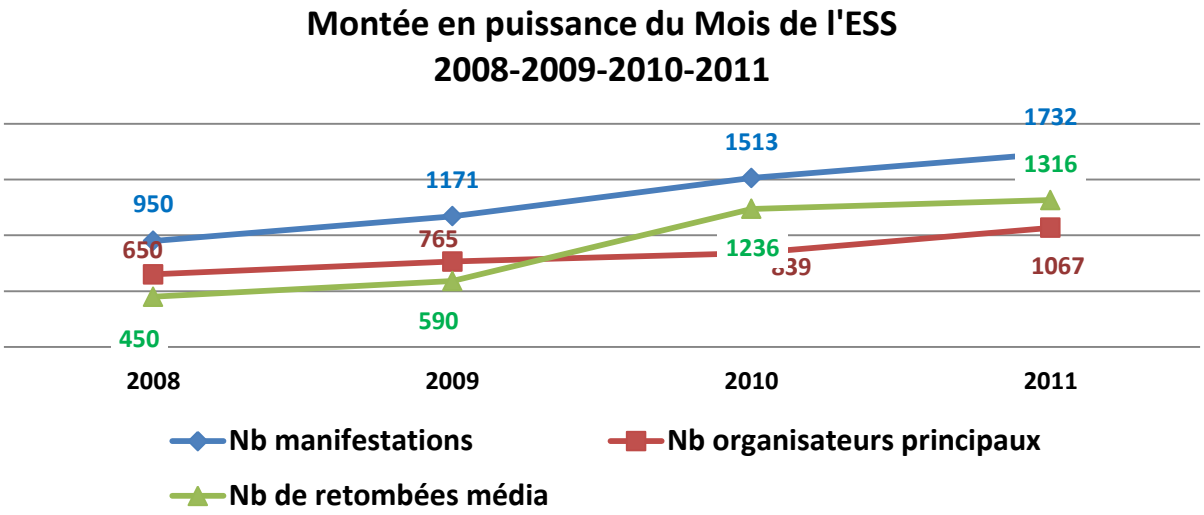
3/4 des organisateurs estiment que l'objectif de sensibilisation et de valorisation de l'ESS sont atteints lors du Mois de l'ESS.
Les organisateurs contribuent à cet objectif en faisant référence, sous des formes multiples, à la notion d'ESS au cours de leur manifestation.

↗ L'intérêt du Mois de l'ESS d'après les organisateurs



D'après les organisateurs, le Mois de l'ESS a bien un intérêt concernant les 2 objectifs recherchés :
- 49% des organisateurs expriment un intérêt majeur du Mois en tant que «catalyseur d'identité »
- 42% des organisateurs expriment un intérêt majeur du Mois en tant que « propulseur de notoriété »

↗ 2008-2010 : une montée en puissance significative du Mois de l'ESS



En quatre éditions, le Mois de l'ESS a connu un développement significatif :

+ 82% de manifestations (et +14,5% entre 2010 et 2011)
+ 40% d'organisateurs principaux (et +25,5% entre 2010 et 2011)
+ 192% de retombées médiatiques (et +6.5% entre 2010 et 2011)

Les manifestations

1732 manifestations en 1 mois

Plus de 1700 manifestations ont été organisées pendant cette 4ème édition du Mois de l'ESS, **soit une augmentation de +14,5%** par rapport à l'édition 2010.

10 thématiques quotidiennes qui parlent aux citoyens



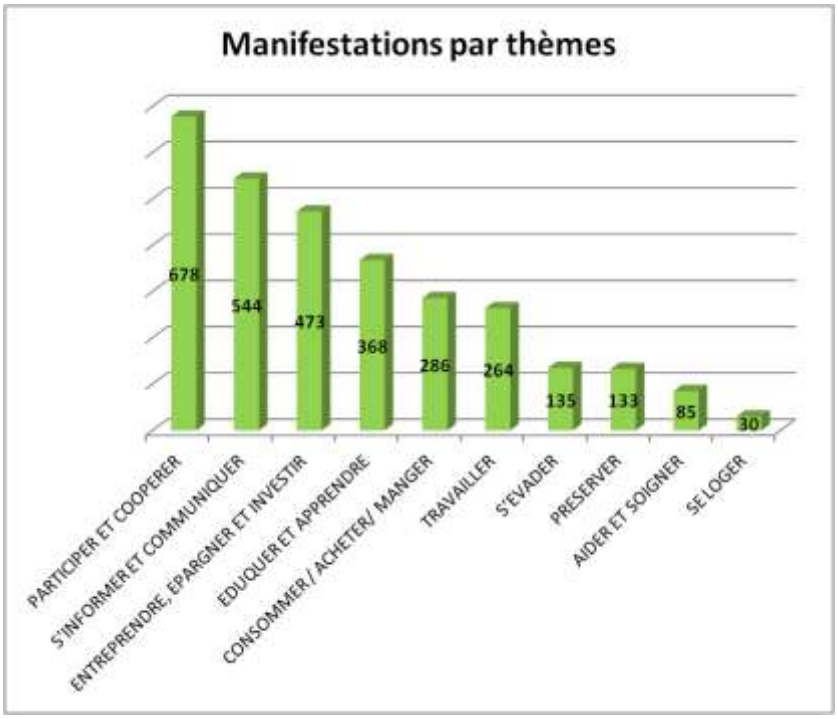
Pour la deuxième année consécutive, les manifestations du Mois de l'ESS ont été organisées selon **10 thématiques correspondant aux préoccupations et besoins des citoyens**.

Une manière de montrer que, sans être forcément visible, l'Economie Sociale et Solidaire est présente dans la vie quotidienne des citoyens et qu'elle est capable d'être performante et innovante dans les réponses qu'elle apporte.

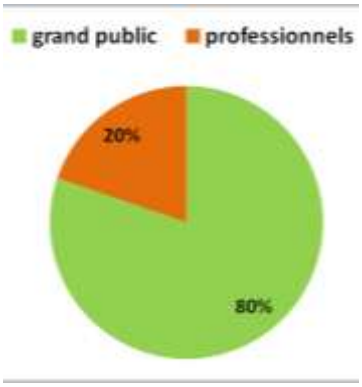
2 thématiques ont été illustrées par plus de 500 manifestations et 4 par plus de 200 manifestations.

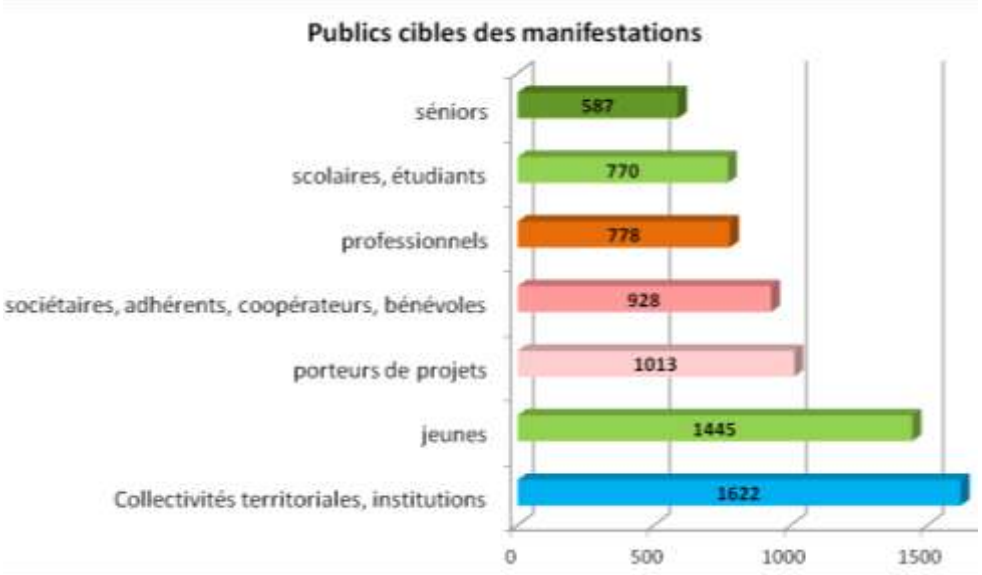
Les thématiques « participer et coopérer » et « entreprendre, épargner et investir » ont été renforcées grâce aux partenariats avec la Semaine de la solidarité internationale et la Semaine de la finance solidaire.

Les thématiques autour de la santé, de la culture, de l'environnement et du logement sont moins représentées même si leur nombre est en nette augmentation par rapport à 2010. Cela s'explique essentiellement par le fait que ces thématiques sont plus ciblées



↗ Des manifestations variées pour tous les publics





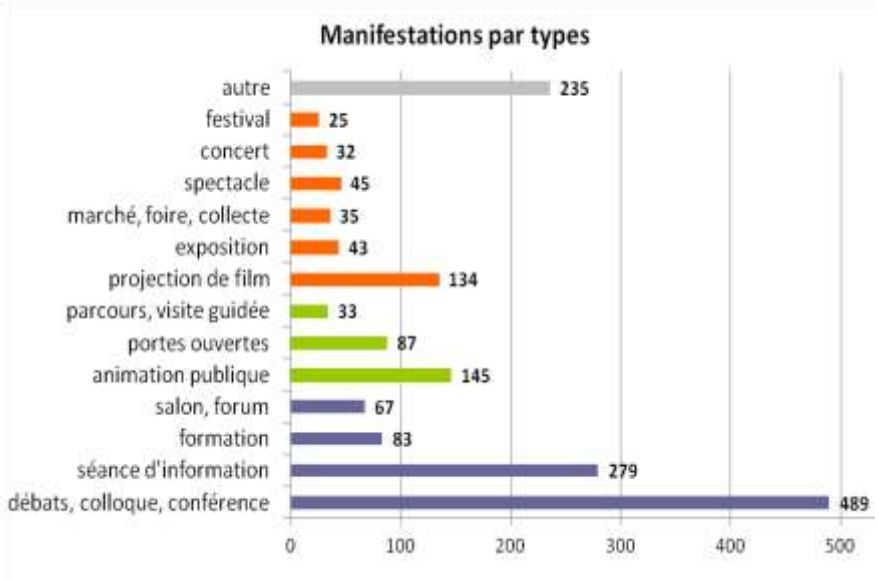
Les cibles des manifestations peuvent être multiples (en moyenne 3,6 cibles différentes / manifestation).

Les manifestations se sont adressées pour 80% au grand public et pour 20% aux professionnels de l'ESS.
Plus de 8 manifestations sur 10 s'adressaient à un public de jeunes et plus de 4 sur 5 à un public de scolaires et d'étudiants.
Plus de 9 manifestations sur 10 invitaient les institutionnels à participer.
Près de 6 manifestations sur 10 s'adressaient aux porteurs de projets et plus de 5 sur 10 aux militants de l'ESS au-delà des manifestations à caractère purement professionnel.

Le Mois de l'ESS répond à 2 principaux objectifs « renforcer le sentiment d'appartenance des acteurs à l'ESS » et « faire connaitre l'ESS au grand public ». Les publics ciblés par les manifestations répondent clairement à ce double objectif avec, d'une part, des manifestations ciblant prioritairement les acteurs de l'ESS et leurs partenaires et, d'autre part, des manifestations ciblant prioritairement le grand public.

Pour toucher un public large, il est nécessaire de proposer des manifestations diversifiées.
Le public des professionnels et militants de l'ESS, des collectivités et institutions et des étudiants seront plutôt touchés par des **manifestations « informatives »**. Tandis que le grand public, dont les jeunes, le seront plutôt par des manifestations **« festives »** ou axées sur la **« découverte »**.

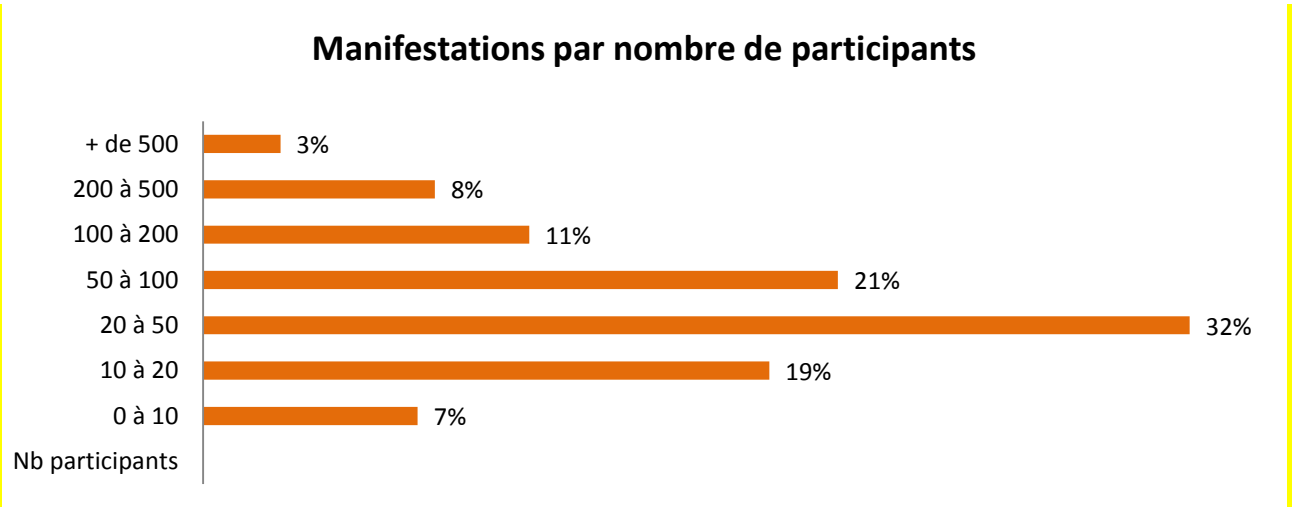




↗ Le public au rendez-vous !

> Une participation évaluée à 122.000 personnes.

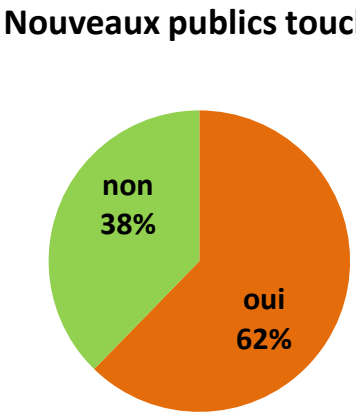
Le **nombre moyen de participants** aux manifestations du Mois de l'ESS déclaré par les organisateurs est de **70**.
En extrapolant les résultats à l'ensemble des manifestations du Mois de l'ESS, on estime le **nombre de participants aux manifestations à 122.000**.

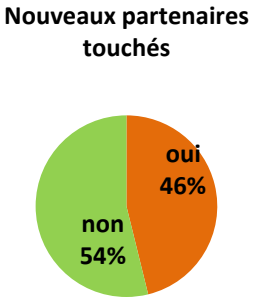


43% des manifestations a rassemblé plus de 50 participants, et près d'une sur 4 a rassemblé plus de 100 participants.

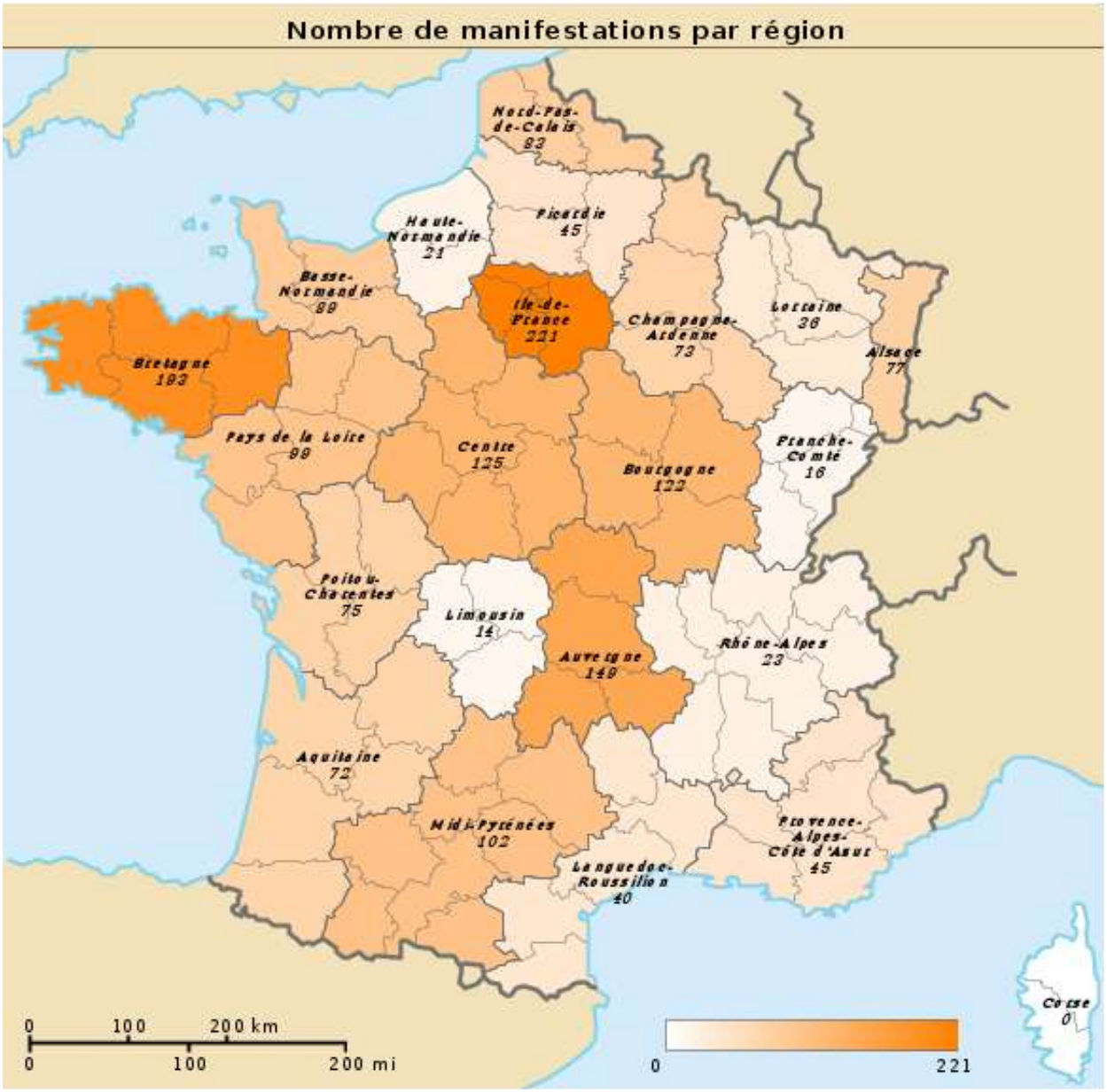
> Des organisateurs satisfaits de la fréquentation de leurs manifestations

2/3 des organisateurs estiment qu'ils ont touché de **nouveaux publics** lors de leurs manifestations.
Par ailleurs, le Mois de l'ESS a été l'occasion **pour près de la moitié** des organisateurs de toucher de **nouveaux partenaires.**
Le Mois de l'ESS constitue donc un véritable espace d'échanges.





↗ Une répartition des manifestations en régions encore hétérogène



La densité de manifestations dans les régions dépend essentiellement de deux facteurs :

- la densité des entreprises de l'ESS sur le territoire (densités les plus fortes en Ile-de-France, Rhône-Alpes, Paca, Pays de la Loire, Bretagne)
- la capacité de la CRESS à mobiliser et à accompagner les acteurs locaux

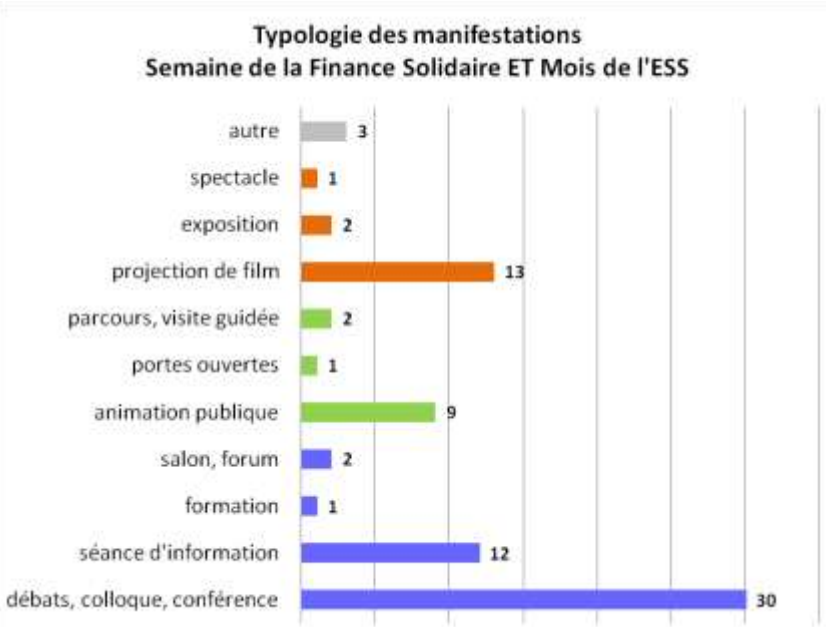
Toutefois, la densité des manifestations est à relativiser, certaines régions ayant fait le choix de privilégier des manifestations de plus grande envergure en favorisant la coopération inter-acteurs et la co-organisation des manifestations.

↗ Des partenariats nationaux qui renforcent l'implication et la visibilité du Mois de l'ESS

> La Semaine de la Finance Solidaire et la Semaine de la Solidarité Internationale

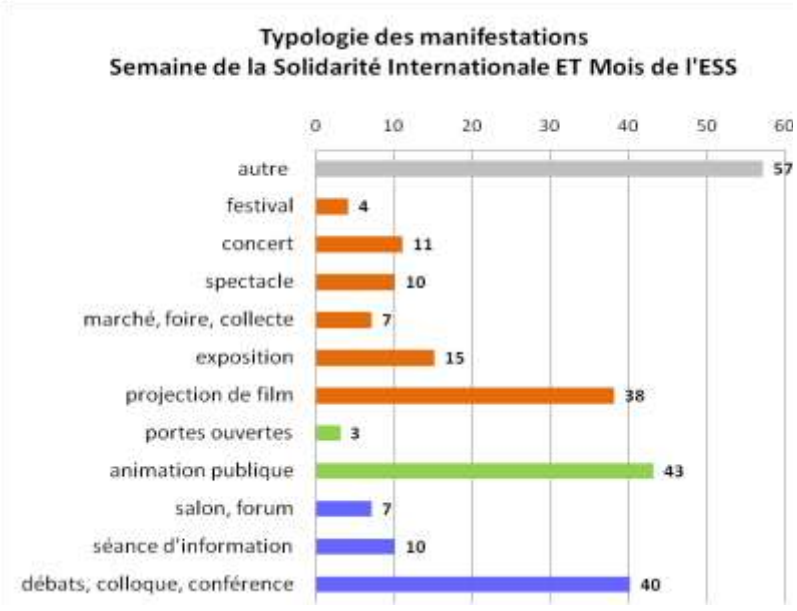
La Semaine de la finance solidaire s'est déroulée du 03 au 10 novembre.
77 manifestations sur la centaine de la Semaine se sont inscrites dans le cadre du Mois de l'ESS.





La Semaine de la Solidarité Internationale s'est déroulée du 12 au 20 novembre.
250 manifestations sur les 2000 de la Semaine se sont inscrites dans le cadre du Mois de l'ESS.





Les organisateurs

1.125 acteurs organisateurs principaux de manifestations

1.125 acteurs différents se sont investis en tant qu'organisateur principal d'une ou plusieurs manifestations.
La base de données 2011 ne permet pas de quantifier et de qualifier les co-organisateurs mais **il est clair que le nombre de manifestations co-organisées est en croissance forte au fil des années.**
L'analyse des organisateurs porte donc uniquement sur les organisateurs « principaux » (et hors Basse-Normandie), les analyses sont donc faite sur une base de 1067 organisateurs.

Une bonne représentation des familles de l'ESS



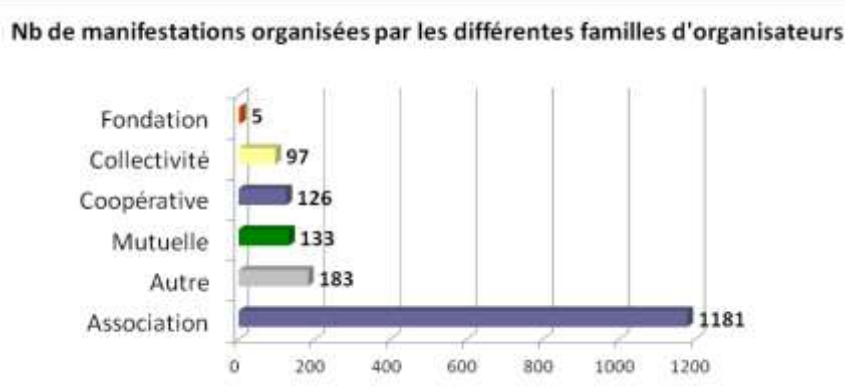


La typologie des organisateurs du Mois de l'ESS est globalement conforme à la typologie des entreprises de l'ESS.

Avec une forte proportion d'acteurs associatifs (70%) et de structures de moins de 10 salariés (67%).

Proportionnellement à la répartition des entreprises de l'ESS par famille, les mutuelles sont bien impliquées dans l'organisation du Mois de l'ESS.





Fort logiquement, le nombre de manifestations par type d'organisateurs est proportionnel au nombre dorganisateurs.

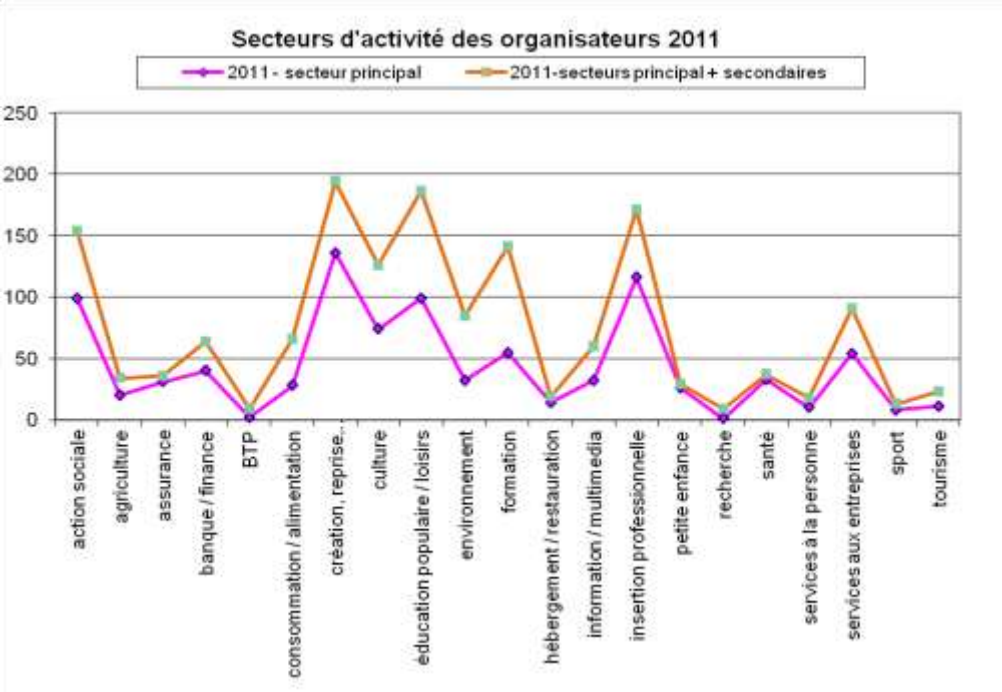
- 68% pour les associations
- 7% pour les coopératives
- 8% pour les mutuelles

↗ Les collectivités de plus en plus actives pendant le Mois de l'ESS



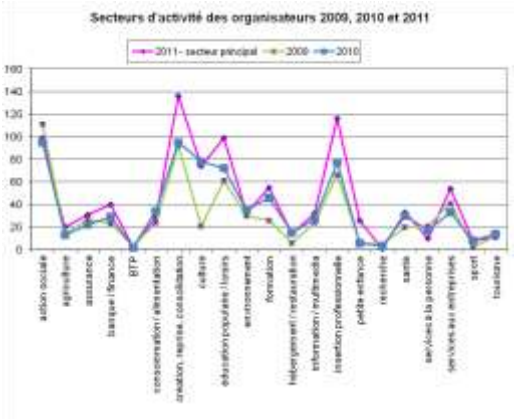
Au total, **105 collectivités locales se sont investies en tant qu'organisateur principal** d'une ou plusieurs manifestations.

↗ Une bonne représentation des principaux secteurs d'activité de l'ESS



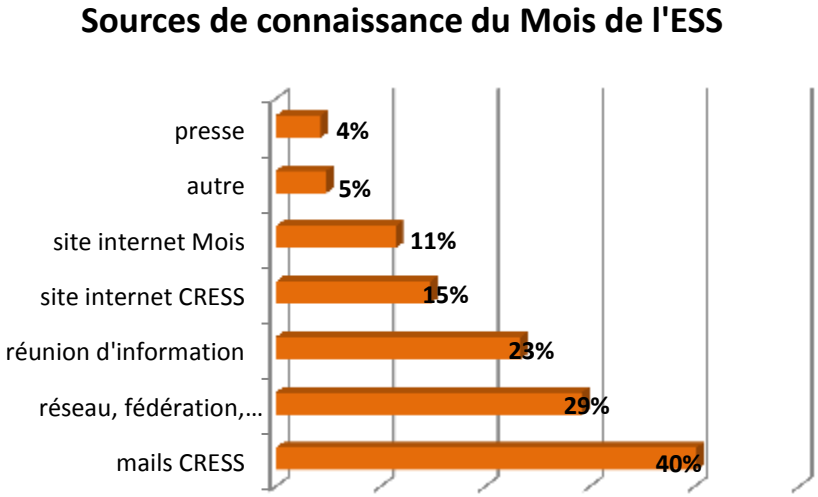
Les secteurs d'activité les plus représentés sont :
- **l'éducation populaire et les loisirs (12%)**
- **la création, reprise, consolidation d'entreprises (12%)**
- **l'insertion professionnelle (11%)**
- **l'action sociale (10%)**

Les secteurs de la culture et de la formation sont également bien représentés



Les secteurs de l'éducation populaire et les loisirs, de la création, reprise, consolidation d'entreprises, de l'insertion professionnelle et des services aux entreprises ont connus les plus fortes croissances. On note un léger recul des acteurs des services aux personnes.

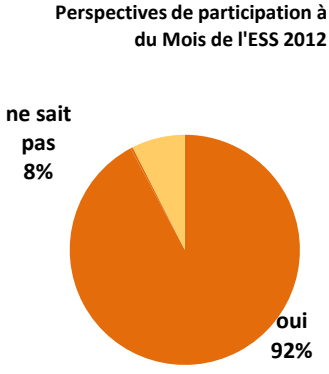
↗ Un rôle fondamental des CRESS et des réseaux/fédérations pour mobiliser les organisateurs



Les sources principales de connaissance du Mois de l'ESS pour les organisateurs sont les informations diffusées par les CRESS et par les réseaux et fédérations.

L'information circule donc plus facilement pour les secteurs structurés localement et représentés dans les CRESS. Pour les autres secteurs, la mobilisation nationale reste très importante et l'on peut voir, par exemple sur l'implication des acteurs culturels, un effet immédiat des rapprochements opérés entre des acteurs sectoriels et le réseau des CRESS.

↗ Plus de 90% des organisateurs déjà prêts à se réinvestir dans l'édition 2012 du Mois de l'ESS !



La communication

Pour cette 4ème édition nationale du Mois de l'ESS, le plan de communication a été renforcé avec le déploiement de nouveaux outils notamment à destination du grand public.

« Social et solidaire, l'économie qui sait où elle va »



Le message « Social et solidaire, l'économie qui sait où elle va » est, depuis 3 ans, un véritable élément fédérateur dans lequel tous les acteurs de l'ESS se retrouvent.
De même, **la charte graphique, dynamique et colorée, est fortement appréciée**. Plusieurs acteurs ont demandé à l'utiliser pour leurs propres outils de communication, la considérant comme une charte graphique de l'ESS.
Cette campagne, avec des évolutions annuelles, arrive au terme de ses 3 années d'exploitation et sera reconsidérée pour la prochaine édition.

Acteur de changement

Pour cette année marquée par les Etats généraux de l'ESS et les prémices de la campagne présidentielle, la campagne s'est voulue plus directement interpellante pour les citoyens.

Le slogan de l'affiche « En novembre, devenez acteur de changement ! », étayé d'exemples explicites « Trouver un job utile / Acheter responsable / Agir collectivement / Entreprendre autrement / Epargner solidaire / Se déplacer écolo / Se protéger mutuellement », était un véritable appel pour aller à la découverte des différentes formes d'investissement dans le secteur de l'ESS.

Le Journal national « Acteur de changement », une nouveauté de cette édition 2011, a également été l'occasion d'appréhender l'ESS sur un ton plus jeune et humoristique. Ce journal a bénéficié du soutien de Bruno Solo, rédacteur de l'édito, renforçant sa dimension grand public. Un spot de promotion du Mois a également été tourné bénévolement par Bruno Solo et diffusé sur le site et les réseaux sociaux du Mois de l'ESS.
Ce journal, réalisé par Econovia avec le soutien de France Volontaires, a été diffusé très largement en version nationale 4 pages ou associé aux programmes régionaux sur les territoires.

« Le Droit à l'avenir… » : un film court pour découvrir les apports de l'ESS dans notre société



Le CNCRES a produit avec le soutien d'une dizaine de partenaires, un film de 17 minutes illustrant la réalité de l'ESS à travers 3 entrées : la réponse aux droits fondamentaux, l'engagement citoyen et un autre rapport à l'entreprise. Conçu à partir d'images d'archives, de mini-reportages et de séquences d'animation, ce film pédagogique a été envoyé à l'ensemble des organisateurs pour diffusion lors de leurs manifestations (1000 exemplaires) et diffusé librement sur internet en visualisation directe via Vimeo (4300 vues) ou en téléchargement (350 fois).

↗ Un panel d'outils diversifiés pour assurer une très large diffusion

> Près de 600.000 outils de communication déployés

Les données régionales ne prennent en compte que les données de 16 régions sur 26 organisatrices. Les données indiquées sont donc des données minimales.

<table>
<tr>
<td><u>Dépliant mobilisation</u>


30.000</td>
<td><u>Affiches</u>




36.200
+ 17.100 affiches régionales
= 53.300</td>
<td colspan="2"><u>Journal « Acteurs de changement »</u>


22.000 « 4 pages national »
+ 147.000 avec programmes régionaux
= 169.000
Les journaux avec programme régional ont été édités à minimum à 3.000 exemplaires par 16 régions</td>
</tr>
<tr>
<td><u>Programmes régionaux (hors format journal)</u>


163.775</td>
<td><u>Flyers régionaux</u>


45.550</td>
<td><u>Autocollant</u>


13.000
planches de 25</td>
<td><u>Badge</u>


13.000</td>
</tr>
</table>

> La diffusion nationale des outils de communication

Les outils nationaux ont été diffusés sous la forme de **Kits communication**.

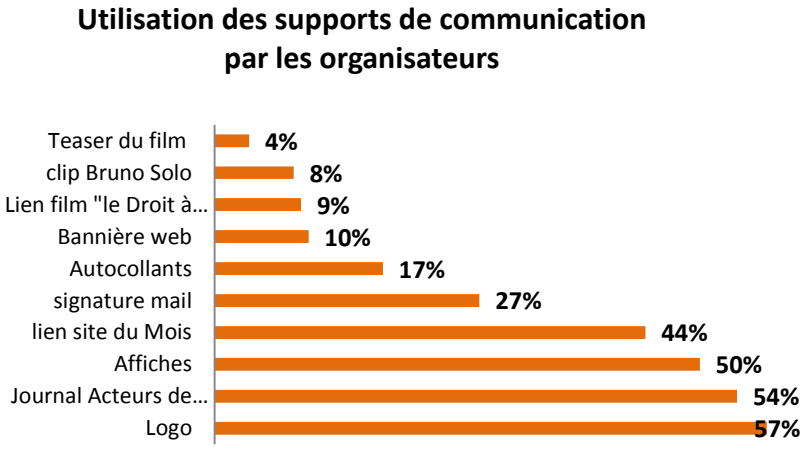
> **Chaque CRESS** a reçu un Kit communication comprenant :

Affiches A2	**100**
Affiches A2 vierges	**100**
Planches de 25 autocollants	**150**

> **Plus de 100 réseaux ou acteurs nationaux** (dont les partenaires du Mois de l'ESS) ont reçu un Kit communication comprenant :

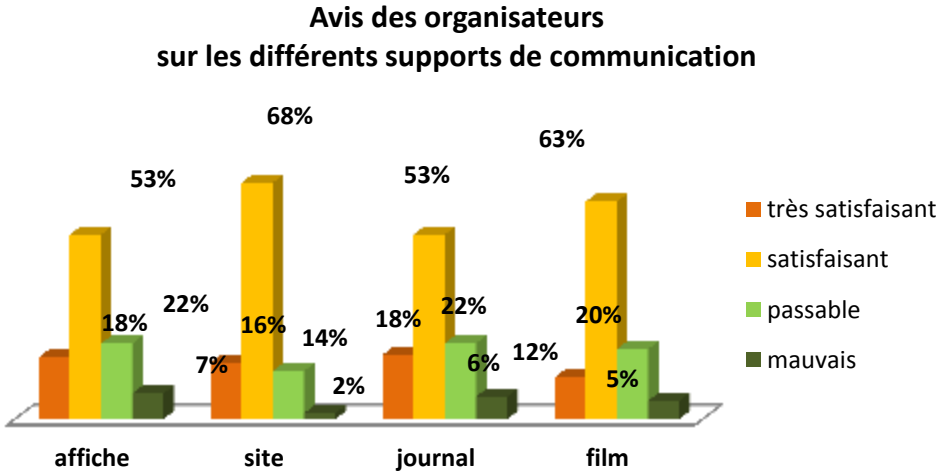
Affiches A2	**100**
Affiches A2 vierges	**100**
Planches de 25 autocollants	**50**
Journal « Acteurs de changement »	**100**

➢ L'utilisation des outils de communication par les organisateurs



Les outils les plus utilisés par les organisateurs sont :
- le logo du Mois de l'ESS
- le journal /programme
- les affiches

Les outils web sont beaucoup moins utilisés même si plusieurs organisateurs ont utilisé le clip vidéo ou les spots radios en ouverture de leur manifestation.



Plus de 75% des organisateurs trouvent les outils de communication satisfaisants voire très satisfaisants.
Les sites ou pages internet national et régionaux ont été particulièrement appréciés.

> L'utilisation des outils de communication par les partenaires nationaux

Les partenaires nationaux sont des relais précieux en termes de diffusion des supports de communication et d'information sur le Mois de l'ESS.

Il est difficile d'avoir une vision exhaustive de toutes les actions menées par les uns et les autres, certains des partenaires n'ayant pas fait remonter leurs actions, mais nous pouvons noter :

- un **relai quasi-systématique sur les sites internet** avec au moins un article dans les rubriques « actualités » et, parfois, une page spéciale sur le Mois de l'ESS. Quelques partenaires ont également intégré le bandeau web à leurs sites.
- un **très bon relai dans les Lettres d'information**.
- des **envois de mailing importants mais surtout orientés vers les équipes internes** et plusieurs incitations pour l'utilisation de la signature mail (utilisation parfois généralisée à toute l'entreprise)
- la **diffusion des supports papier** de communication auprès de leurs référents régionaux, sur les manifestations organisées mais aussi, pour certains, dans les lieux d'accueil du public (agences).
- la **diffusion dans les magazines**, notamment grand public, des partenaires.
- l'insertion d'une mention sur le Mois de l'ESS dans des **communiqués de presse**, voire la parution de communiqués de presse spécifiques.

↗ Un site internet dédié au Mois de l'ESS, outil d'information pour les organisateurs, les participants et les médias

> 45 000 visiteurs sur le site du Mois de l'ESS et plus de 31.200 visiteurs sur les espaces régionaux

Le site du Mois www.lemois-ess.org a reçu 45.000 visiteurs uniques entre septembre et décembre 2011. Les pages et sites dédiés au Mois de l'ESS en région ont accueilli pour la grande majorité d'entre elles 1.500 à 2.000 visiteurs uniques. Les pages du Mois de l'ESS de la Bretgane (10.000 visiteurs) et de Rhône Alpes (6.700) ont attirés un nombre de visiteurs particulièrement important.

Le top 3 des pages sur lesquelles les internautes se sont le plus attardés :

N°1

Accueil



N°2

Consulter le programme



N°3

Qu'est-ce que l'ESS ?



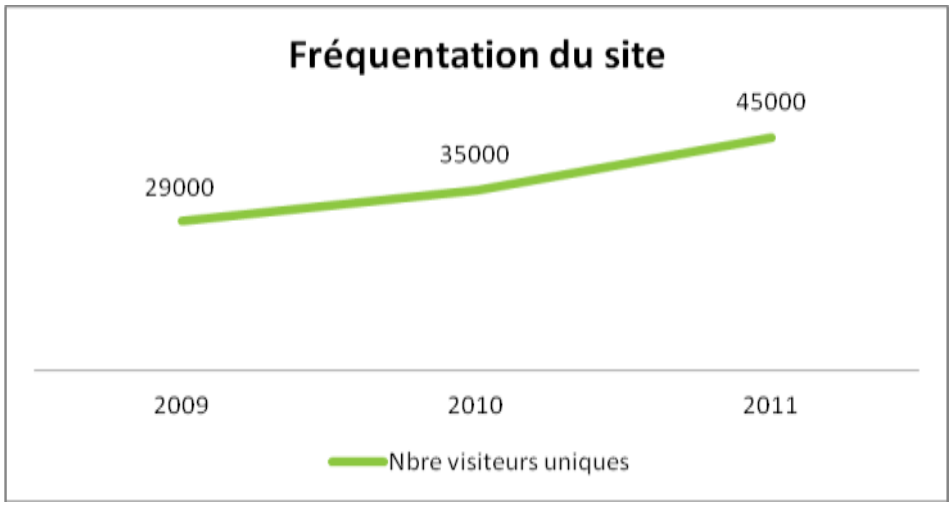
> Les relais vers le site du Mois de l'ESS

Comment les internautes accèdent-ils au site du Mois de l'ESS ?

Les premières sources sont la requête directe (en tapant www.lemois-ess.org) ainsi que la recherche sur les grands moteurs de recherche. La mention du site sur les outils communication et dans les médias incite donc le public à s'informer sur la campagne événementielle et sur l'ESS.

Ensuite, les visiteurs sont dirigés sur le site du Mois via les sites internet des CRES(S), puis des collectivités. Arrivent ensuite les sites des partenaires du Mois de l'ESS, on note qu'ils relaient moins d'internautes qu'en 2010 (- 5%). Parmi les acteurs de l'ESS, le premier relais vers le site du Mois est la Recma (www.recma.org).

> Progression de la fréquentation du site du Mois de l'ESS entre 2009 et 2011



La fréquentation du site du Mois de l'ESS a augmentée de +35.5% entre 2009 et 2011 et de 22% entre 2010 et 2011.

↗ Un intérêt croissant des média pour l'ESS : 1.316 retombées autour du Mois de l'ESS

- Au niveau national, les relations presse ont été confiées en grande partie à l'agence Econovia.
- En région, se sont généralement les CRESS qui s'en sont chargées.
- Des journalistes ont été invités pour les conférences de presse de lancement et lors des manifestations.
- Des membres des CRESS et du CNCRES sont intervenus sur les ondes ou en plateau.

Pour cette 4ème édition, de septembre à décembre 2011, on compte **1.316 retombées média répertoriées** soit par l'Argus de la presse écrite et audio-visuelle (1.093) soit par les remontées des CRESS pour les radios et Tv locales (223), **soit une augmentation de 9% par rapport à l'édition de 2010.**

→ En annexe : liste des retombées média

> Les types de média s'étant fait le relais du Mois de l'ESS

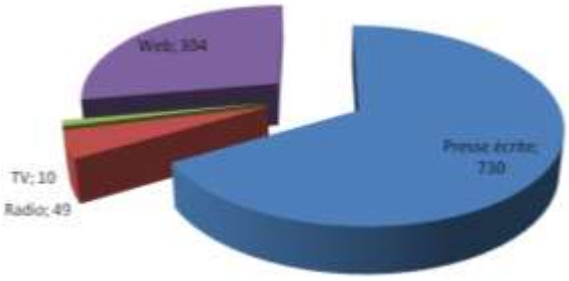
Retombées média régionales et nationales



Les retombées nationales représentant 10% de l'ensemble des retombées médiatiques.

La proportion de retombées médiatiques régionales a progressé.

Retombées par type de média



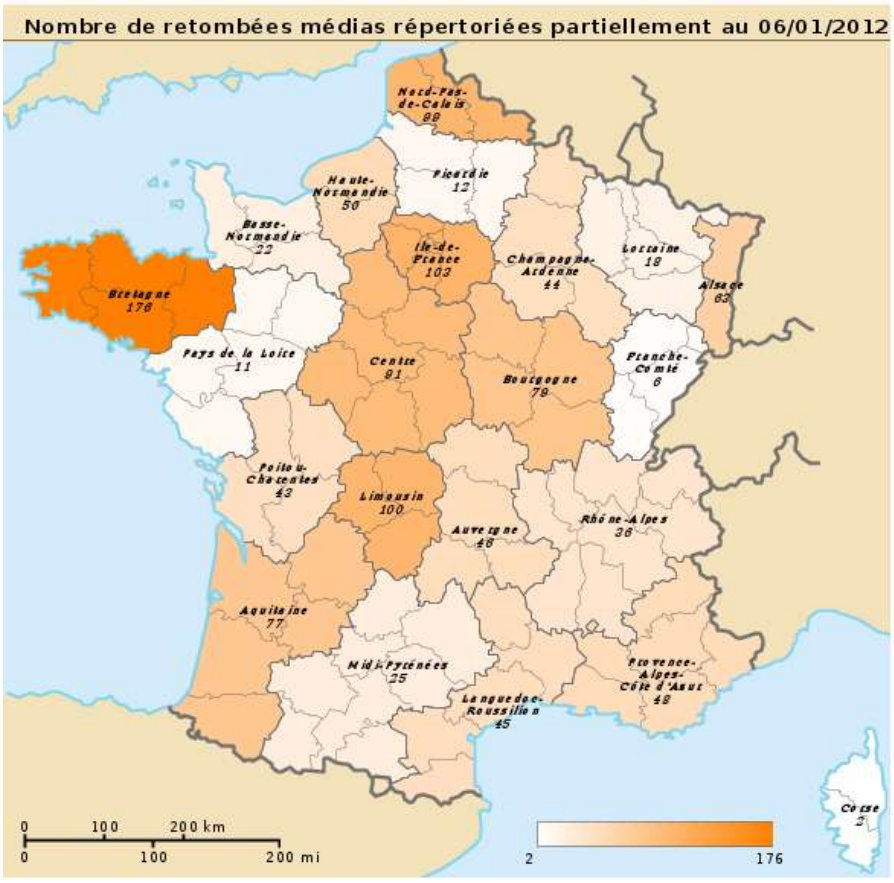
La presse écrite représente 67% de l'ensemble de retombées média, les piges web 28%, les radios (hors spots publicitaires) 4 % et les télévisions un peu moins de 1%.

Parmi les retombées médiatiques nationales, peuvent notamment être citées :

- Une chronique dans Télématin sur France 2 le 31 octobre 2011
- Le Monde supplément économie du premier novembre 2011 consacré à l'ESS
- L'émission Grand Paris de BFM Business TV le 4 novembre2011 consacrée au Mois de l'ESS
- L'article de Politis du 4 novembre 2011
- Des chroniques radios : France info, France inter, Le mouv'…

> La répartition des retombées médiatiques par région

Le nombre de retombées médiatiques en région dépend à la fois du nombre et de la richesse des manifestations sur le territoire et, d'autre part, de la qualité des liens qui ont pu être tissés entre les CRESS et les média locaux.



> Les partenariats médias

7 partenariats média, 5 partenaires officiels en presse écrite et 2 en radio, ont été négociés. Ces partenariats ont donné lieu à des encarts, bannières ou spots publicitaires, à des annonces informatives ainsi qu'à du rédactionnel ou des émissions de fond.

L'ensemble des partenariats média est valorisé à hauteur de 120.000€.

Les partenaires presse :

Le Monde Economie — Alternatives Economiques — Politis — Marianne — terraeco

Les partenaires radio :

SNRL « Ensemble, on est plus fort ! » — BFM RADIO

> Le Mois de l'ESS sur les réseaux sociaux

Le Mois de l'ESS est présent sur :

- **twitter (@mois_ESS),**
- **facebook (Page dédiée),**

FACEBOOK :

L'objectif d'augmentation du nombre de Fans est atteint avec 530 "fans" de la page. Le démarrage à été un peut lent mais on note rapidement une bonne dynamique des publications, des commentaires, des "j'aime", des partages, surtout en deuxième partie de mois….

Le contact avec les organisateurs pour mettre en avant leurs initiatives a été plus compliqué : le taux de retours et d'échanges est mitigé. Le contact direct avec l'organisateur pour les engager à communiquer sur leur événement est bon et ils en sont contents mais globalement ils n'ont pas le temps de participer efficacement.

> Il n'est pas certain que le rapport entre le temps passé et les retours de contenus, l'implication des organisateurs … soit suffisamment bon pour renouveler l'expérience telle quelle. Les organisateurs ont peu de temps, il faut les impliquer sur la stratégie web mais trouver un autre système.

Points forts **:** la publication de 3-4 événements au quotidien, photos-vidéos sur la communication du Mois, l'appel aux votes pour les vidéos du concours de la Macif...
Points faibles : pas assez de partage de photos sur les événements passés > à voir comment impliquer davantage les participants/organisateurs pour qu'ils s'approprient cet espace de visibilité.

TWITTER : BILAN POSITIF

Un bilan très positif avec 932 abonnés (un chiffre triplé par rapport à 2010) dont 72 sur des listes. Une animation dynamique avec beaucoup de retweets. Les infos publiées sur Facebook étaient pour la plupart reprises et complétés amenant beaucoup des réactions et d'échanges /échanges avec les autres acteurs ESS.

> **Nouveauté 2011** : organisation d'un livetweet (avec relais Facebook) lors de la conférence de presse de lancement du mois. Une expérience avec un bon retour à renouveler notamment lors d'événements, conférences...

TWIBBON http://twibbon.s3.amazonaws.com/2011/302/cc50b400-6ac2-4ba9-ab9b-e5eb4f257e32.jpg

186 participants on personnalisé l'image de leur profil pour cette première édition, ce qui représente un très bon ratio rapporté au nombre de fans Facebook. C'est une bonne participation pour un événement ponctuel, pas encore très grand public et une cause moins reconnue que des grandes causes très mobilisatrices (lutte cancer, protection animaux...). Les "acteurs de changement" ont joué le jeu, l'objectif de reconnaissance et sentiment d'appartenance à un mouvement général est rempli.

> Une opération à renouveler pour la prochaine édition avec un objectif de généralisation au-delà des acteurs très impliqués dans le mois de l'ESS



BLOGUEURS

On note une belle implication de la blogosphère dans le relais du mois de l'ESS au niveau régional et national. On peut imaginer pour les prochaines éditions de mieux coordonner le mouvement et trouver un concept fort et fédérateur pour les blogueurs.

L'organisation d'une opération spécifique pour les bloggeurs a très bien fonctionné, les blogueurs étaient ravis ainsi que le partenaire qui a bénéficié de retombées pour son événement. De plus la rencontre à permis d'avoir des retombées très qualitatives.

BILAN :

Dans l'ensemble, bilan positif par rapport à l'année précédente. Les internautes ont été très réceptifs aux actions sur le web et à priori ils attendaient cela. On imagine assez bien une montée en puissance sur les années suivantes. Un bilan quantitatif satisfaisant pour une année 1 (en terme de stratégie médias sociaux), pour un sujet qui commence tout juste à se faire connaître du grand public et sur une période déterminée (le long terme fonctionne mieux) mais qui mérite de monter en puissance sur les années à venir. Un bilan qualitatif très bon, au-delà des espérances de départ : beaucoup de réactions, échanges...

Piste d'amélioration : mieux communiquer en amont auprès des partenaires pour recueillir rapidement des supports pour animer les réseaux (photos, vidéos, articles de leur événement….). Les pages web seront ainsi plus dynamiques. Il faut réfléchir à différentes solutions pour mieux impliquer/fédérer certains acteurs importants du Mois. Une piste de développement de la stratégie peut également être de développer l'interaction avec les internautes sous forme de questions réponses par exemple.

La présence sur les réseaux sociaux est utile, mais elle ne peut pas se faire en peu de temps. C'est un travail de fond. L'apport d'un stratège en réseaux sociaux pour la campagne 2012 est un réel plus. L'animation des réseaux et la qualité du rédactionnel ont permis d'augmenter visiblement le nombre d'inscrits et surtout la qualité des échanges.

> La Conférence de presse au Petit Bain



La barge flottante du Petit Bain, a accueilli le 25 octobre 2011 la conférence de presse de lancement de la 4ème édition nationale du Mois de l'économie sociale et solidaire.
Une vingtaine de journalistes et 30 partenaires étaient présents.
Le président du Ceges Gérard Andeck, celui du Labo de l'ESS Claude Alphandéry et l'acteur Bruno Solo sont intervenus pour témoigner de leur engagement comme acteur de changement.

Deux communiqués de presse (lancement et clôture) et un Dossier de presse complet ont été réalisés.

L'organisation

↗ La coordination par les CRESS et le CNCRES

L'organisation de l'édition nationale du Mois de l'ESS s'appuie sur :

> Un travail au national assuré par le CNCRES :

- l'appui méthodologique et l'outillage des CRESS (collectif et individuel)
- la recherche de financements nationaux pour la coordination et la promotion du Mois de l'ESS
- la mobilisation de partenaires et réseaux nationaux pour favoriser les initiatives en région
- le partenariat avec des événements nationaux et notamment les Semaines de la Finance solidaire et de la Solidarité Internationale
- l'élaboration d'une campagne de communication, la création, l'édition et la diffusion d'outils de communication : slogan, dépliants, affiches, journal, clip internet, spots audio, film…
- le développement d'un site national interactif dédié au Mois de l'ESS www.lemois-ess.org
- le développement de partenariats médias et le développement des relations de presse au niveau national (dossier de presse, conférence de presse, espace presse sur le site, argus de la presse…)
- la réalisation d'un bilan national

> Un travail en région assuré par les CRES :

- la mobilisation des acteurs territoriaux
- le recensement des événements potentiels et leur sélection
- l'appui et l'outillage des organisateurs de manifestation
- la participation à l'organisation de certaines manifestations régionales
- la mobilisation de partenaires financiers régionaux pour la coordination et la promotion du Mois de l'ESS en région
- l'élaboration d'un programme régional du Mois
- l'adaptation des supports nationaux et la diffusion d'outils de communication
- l'organisation d'un événement de lancement régional
- l'animation des partenariats médias régionaux et locaux
- la réalisation d'un bilan régional

↗ Le calendrier national de l'organisation du Mois de l'ESS

10/02/11 :REUNION BILAN MOIS ESS
11/03/11 : GT MOIS ESS
28/04/11 : GT MOIS ESS
07/07/11 : GT MOIS ESS
22/09/11 : Présentation de la campagne aux partenaires et acteurs nationaux
Septembre-octobre 2011 : 3 sessions de formation Média training
07/12/11 : BILAN agence de communication
09/01/12 : BILAN CRESS
11/01/12 : BILAN Partenaires et acteurs nationaux

Le budget du Mois de l'ESS

> Le budget national

Le budget du CNCRES pour l'organisation du Mois de l'ESS 2011 s'élève à près de 160.000 hors Film €. Les entreprises de l'ESS contribuent à ce budget à hauteur de 80 %.

En charge de travail, l'organisation du Mois de l'ESS correspond à **0,55 ETP sur l'année**.

BUDGET DU MOIS DE L'ESS 2011			
Charges		**Produits**	
Agence de communication		Entreprises de l'ESS	130 000 €
et édition des supports papier	57 600 €		
Site internet	3 200 €		
Outils relations média (Argus, Data)	5 200 €		
Conf de presse et réception	2 300 €		
Partenariats média	14 000 €		
GT et formation CRESS	14 400 €		
Charges salariales	30 000 €		
Frais de structure	33 000 €		
TOTAL CHARGES	**159 700 €**	**TOTAL PRODUITS**	**130 000 €**
			-29 700 €
BUDGET DU FILM "LE DROIT A L'AVENIR..."			
Charges		**Produits**	
Film + édition + Routage	48 500 €	Entreprises de l'ESS - Film	35 000 €
		CNCRES-film (provision)	9 000 €
TOTAL CHARGES	**48 500 €**	**TOTAL PRODUITS**	**44 000 €**
			-4 500 €

Pour rappel :

BUDGET DU MOIS DE L'ESS 2010			
Charges		**Produits**	
Agence de communication			
et édition des supports papier	56 000 €	Etat - DGCS	18 000 €
Site internet	5 000 €	CEGES	10 000 €
Outils relations média (Argus, Data)	7 500 €	Entreprises de l'ESS	115 000 €
Conf de presse et réception	1 000 €		
Partenariats média	15 000 €		
GT CRESS	10 000 €		
Charges salariales	24 500 €		
Frais de structure	24 000 €		
TOTAL CHARGES	**143 000 €**	**TOTAL PRODUITS**	**143 000 €**

Le budget 2011 est en augmentation de 16.700€ soit +12%. Cette augmentation est essentiellement liée à une augmentation des ressources humaines et des frais de structures (**réalisation du film + gestion des commandes régionales**) et au financement de la **formation des CRESS au média training**.

> Les budgets régionaux

Données disponibles sur 15 régions sur les 22 régions organisatrices.

Le budget de chacune des régions s'élève en général entre 20.000 et 50.000€, les deux plus grosses régions Rhône Alpes et Ile de France ayant des budgets autour de 70.000€.
Les charges de ressources humaines représentant entre 30 et 65% du budget. Le poids des ressources humaines dépend notamment du niveau d'externalisation de certaines fonctions de communication à une agence.
Le montant régional dépend à la fois du temps consacré à cette mission, du nombre d'acteurs engagés mais aussi du nombre de manifestations portées ou co-portées directement par les CRESS.

Le montant global des budgets régionaux s'élève à 602.700€ pour 15 régions, soit **en moyenne 33.420€ / région.**
En extrapolant cette moyenne sur l'ensemble des régions organisatrices, le budget global des régions s'élève à environ 884.000€.

Le budget cumulé national + régionaux s'élève ainsi à 1.044.000€.