



Première Rencontre Nationale, 2 février 2010

## Chantier Communiquer, faire connaître l'entrepreneuriat social : élargir l'audience

### 1) LA VISION ET LES ENJEUX

La communication **par l'exemple**, qui valorise et met en avant des entrepreneurs sociaux, leurs pratiques, leur métier, leurs parcours, est la meilleure manière d'élargir l'audience et de convaincre, en suscitant une **contagion par l'exemplarité**. De nombreuses initiatives de ce type existent déjà mais leur impact reste mineur : comment changer de braquet, toucher un public beaucoup plus large ?

La communication n'est néanmoins pas une fin en soi mais d'abord un outil au service d'une vision, d'objectifs stratégiques, fonction de cibles, sur lesquelles il faut agir **simultanément** :

Cibles	Objectifs
Entrepreneurs sociaux existants	<b>Inclure.</b> Développer le sentiment d'appartenance à une même communauté. → <i>Faire mouvement</i>
Entrepreneurs Créateurs potentiels	<b>Donner envie.</b> Susciter des vocations. Montrer que c'est possible, épanouissant, valorisant. <b>Rendre accessible.</b> Montrer que l'entrepreneuriat social est un métier qui s'apprend. On ne naît pas entrepreneur social, on le devient. → <i>Faire émerger de nouveaux entrepreneurs sociaux</i>
Décideurs politiques, économiques, académiques	<b>Crédibiliser.</b> Montrer sa performance économique, son poids, son potentiel. <b>Rendre attractif.</b> Montrer son utilité, son impact social. Montrer qu'il apporte des réponses à des questions que se pose toute l'économie (réinventer l'entreprise, les services publics...). → <i>Créer un environnement favorable à son essor et faire tâche d'huile sur l'économie classique</i>
Grand public <i>Consommateurs</i>	<b>Redonner le choix</b> et le pouvoir, de consommer responsable ou non. Montrer qu'il n'y a pas de fatalité, qu'il existe déjà des alternatives, qui ne demandent qu'à se développer. → <i>Créer un mouvement d'opinion favorable à l'entrepreneuriat social</i>

### 2) QUELLE ACTION OPERATIONNELLE MENER JUSQU'AU CONGRES, LE 1ER JUILLET ?

#### Premières propositions, pour nourrir la discussion

i) Produire un **baromètre annuel** de référence sur l'entrepreneuriat social, orienté sur les cibles internes (entrepreneurs sociaux, cf. ex. [baromètre interne Cres Pays de Loire / R&S](#)) et externes (créateurs d'entreprise, élus, entrepreneurs classiques, grand public, ex. [sondage CSA/Avise...](#)), mesurant la notoriété, les attentes, etc.

ii) Concevoir et mettre en œuvre et diffuser sur le web une série de **films courts** sur l'entrepreneuriat social, originaux, décalés, percutants (optique « buzz »).

iii) Concevoir et mettre en œuvre une campagne d'**affichage sur lieux publics** (gares, métros, villes...) déclinant un message fort et percutant (*exemple des Artisans, 1<sup>ère</sup> entreprise de France*), renvoyant sur un site ad hoc ([www.entrepreneur-social.net](http://www.entrepreneur-social.net) par exemple, en cours de réalisation).

iv) Mettre en place un programme « **d'ambassadeurs de l'entrepreneuriat social** » (auprès des médias et décideurs), inspiré de l'exemple anglais <http://socialentrepriseambassadors.org.uk/>

**Autres idées** : film documentaire grand public pour diffusion TV (Fr 5, Arte...) (ex. le Printemps des bonzaïs) / Action « **coup de poing** », comme celles du collectif « *Jeudi noir* », etc.