



Innover à la campagne

Point bilan saison 6

Comité de pilotage 07 janvier 2025

Ordre du jour

- 1. Vos retours**
- 2. Retombées Partenaires & Presse**
- 3. Les premières pistes d'amélioration & partenaires**
- 4. Saison VII - 2025**

Nos retours

Structure et lisibilité du prix : Prix partenaires & prix thématiques

Sélection des nominés : Processus de sélection et grilles d'évaluation à garder, des ajustements à opérer :

OFB : prix biodiversité, processus de sélection à faire en lien avec la Fédé des PNR

Réseau Initiative France : sélection, ajouter quelque chose dans le formulaire sur la dimension innovante & le modèle économique : « préciser... »

Fondation RTE : dissocier les associations d'intérêt général : critères de viabilité économique différents.

RTE envoi les critères à Olivier pour le formulaire.

Remarques

Sélectionnés / non sélectionnés

PYT Audio à gagner après 3 tentatives !

Que faire des non sélectionnés qui ont eu une bonne note ?

Ajout : préparation des pitches avec Cyril Noury

Question cahier des charges : communes de moins de 2500 habitants ? il faut rester souple, pas de critère éliminatoire. Demander la taille de la commune dans le formulaire, mais garder à l'esprit l'impact sur le territoire.

Nos retours

Rayonnement du prix

Relai presse / Point presse 27/11 sans presse

Audience web en baisse, mais même nombre de candidats (kpi au 31/12)

Des inscrits du 27/11 ne sont pas venus. 50 personnes max dans le public

Il existe des médias dédiés à la ruralité

<https://www.champslibres.media/les-territoires-ruraux-sont-la-solution/>

Réseau des radios associatives

(Le plus important) France Bleu & Radio France

<https://www.neo.tv/>

Nouvelle chaîne du Groupe Ouest France

Mentorat : Quel suivi ?

Communauté : Repas avant avec le Grand témoin + repas commun après sont nécessaires

Sur 1 journée et à Paris : plus prestigieux, plus pratique, *attention si dans un ministère, la Presse peut prendre cela pour trop institutionnel*

Travailler sur un label « Innover à la campagne » avec l'Université de Montpellier

Retombées Partenaires & Presse

France Inter
France Bleu Provence
France Bleu Occitanie

Les Echos
Ouest France
Midi Libre
Le Dauphiné Libéré
La Dépêche
Horizon Actu
Objectif Gard
MediaLot.fr
La Manche Libre
Gazette du Midi

PNR Via Pousses
Parc Pyrénées ariègeoises
Parc du Vercors
PNR Anjou Touraine

Parcs de Bauges
FN PNR
PNR Queyras
PNR Causses Quercy
Parc Préalpes d'Azur
Parc Ballon des Vosges
Parc Vosges du nord
Syndicat Mixte Provence Verte

Réseau Initiative France
Initiative Eure
Initiative Calvados

AMRF & 36000 communes
Mon agenda rural
Village Magazine
Ecologie.gouv
Actu.fr
Informateur judiciaire

Le Journal des Entreprises
Tout l'éco
Carenews
Makery Info
Kaizen Magazine
News Dayfr
Adefpat
Informateur judiciaire

Better Life Factory
UzEssentiel
PYT Audio

Bientôt sur la page Ressources :
<https://innoveralacampagne.fr/ressources/>
Cf. Document XLS joint

KPI : 2024

Innover à la campagne

Facebook

2023			2024
Impressions ¹	130 K	↘ -83,6 %	Impressions 21,3 K
dont orga	16,5 K	↗ +29,1 %	dont orga 21,3 K
Intéractions ²	1,2K	↗ +20 %	Intéractions 1,44K
Abonné.e.s	986	↗ +7,6 %	Abonné.e.s 1061

Instagram

Impressions	2803	↘ -29,1 %	Impressions 1987
Intéractions	299	↘ -71,9 %	Intéractions 84
Followers	118	↗ +35,6 %	Followers 160

LinkedIn

Impressions	69,5 K	↘ -69,5 %	Impressions 21,2 K
dont orga	19,9 K	↗ +6.5 %	dont orga 21,2 K
Intéractions	1696	↘ -12,7 %	Intéractions 1481
Followers	1095	↗ +33.8 %	Followers 1466

Site internet

Vues	9 118	↘ -10%	Vues 8 203
Visiteurs	5 210	↘ -10.6 %	Visiteurs 4 655
Conversion ³	1,75	→ +0,6 %	Conversion 1,76

Newsletter

Destinataires	2147	↘ -8,6 %	Destinataires 1961
Ouvreurs	666	↘ -11,4 %	Ouvreurs 590
Cliqueurs	48	↘ -45,8 %	Cliqueurs 26
Conversion	31 %	→ -3,2 %	Conversion 30 %

Presse

35 Articles Web Presse 7 Articles Partenaires 2 Articles Radio

1.le nombre de fois où le contenu (comme une publication, un article, une vidéo, etc.) a été affiché sur l'écran d'un utilisateur dans le flux d'actualités ou sur une page spécifique pendant une période de temps donnée.

2.le nombre de j'aime ou de réactions, enregistrements, commentaires, partages et réponses obtenus par votre contenu, y compris les publicités. Le contenu peut inclure des publications, des stories, des reels, des vidéos et d'autres formats.

3.le nombre moyen de vues par visiteurs

Fondation RTE

- * Le Comptoir des Cocottes (41) - association - Prix Spécial Fondation RTE – Vivre ensemble
- * Les Guinguettes Mobiles (52) - association
- * RIR (56) - entreprise

Réseau Initiative France

- * PYT Audio (85) - entreprise - Prix Spécial Réseau Initiative France
- * Fertilaine (12) - entreprise - Grand Prix du Jury & Prix Spécial AMRF
Transition alimentaire & Agriculture durable
- * HG La Concess (14) - entreprise - Prix Savoir-Faire & Filières

Fédé des Parcs

- * D'Origine (46) - entreprise
- * Coopérative artisanale du Queyras (05) - entreprise - Prix Spécial Fédération des Parcs
Naturels Régionaux
- * SCEA Domaine du temps perdu (13) - entreprise

AMRF & OFB & ANCT

(aucune)

Sélections



Nouveaux partenaires

Presse

France Inter

Sécuriser France Bleu

Nouvelle chaîne des territoires (canal C8 ou NRJ12 de la TNT)

Financeurs

Fondation RTE

OFB ?

ANCT : DAVID ARMELLINI

Directeur adjoint de France Ruralités, Villages d'Avenir et Montagnes : AAP Appel au Partenariat Ruralité ok

Réseau RNAR (Réseau des FEADER)

BPI : Adeline Peix qui travaille avec l'Agence notamment avec la politique de la ville pour l'entrepreneuriat dans les quartiers.

Banque des Territoires ?

La Poste ?

Groupama ?

SNCF (nouveaux usages et ruralité : RTE (Cécile rencontre Laurent EISENMAN)

Salle : Fédé des PNR ? Ministère ? (impossible à l'ANCT), CESE, Sénat



Planning 2025

Phase 1 : Pré-lancement : Teasing

Mise à jour du site internet
Publications Innover à la campagne

Mi-avril à mi-mai

Phase 2 : Appel à candidature

A partir de mi-mai
Sur le site innoveralacampagne.fr
Récupération des candidatures au fil de l'eau

Mi-mai à fin septembre

Phase 3 : Phase de pré-sélection

Notes de 0 à 20 sur la base d'une grille de notation
et attribuée par les bénévoles du Réseau Initiative France

Début octobre

Phase 4 : Phase de sélection

Sur la base des critères communs et de la note,
chaque partenaire choisi son/sa/ses nominée(s)

Octobre

Phase 5 : Annonce des nominés

Réseaux sociaux, médias
Organisation des pitches et remise des prix
10-12 pitches de nominés

Novembre

Phase 6 : L'évènement

Jury & grand témoin pour table ronde
Présence des médias
1 seule journée ?

Fin novembre ou décembre à Paris



Nous restons à votre disposition au 0466030000

— *Innover à la campagne*