

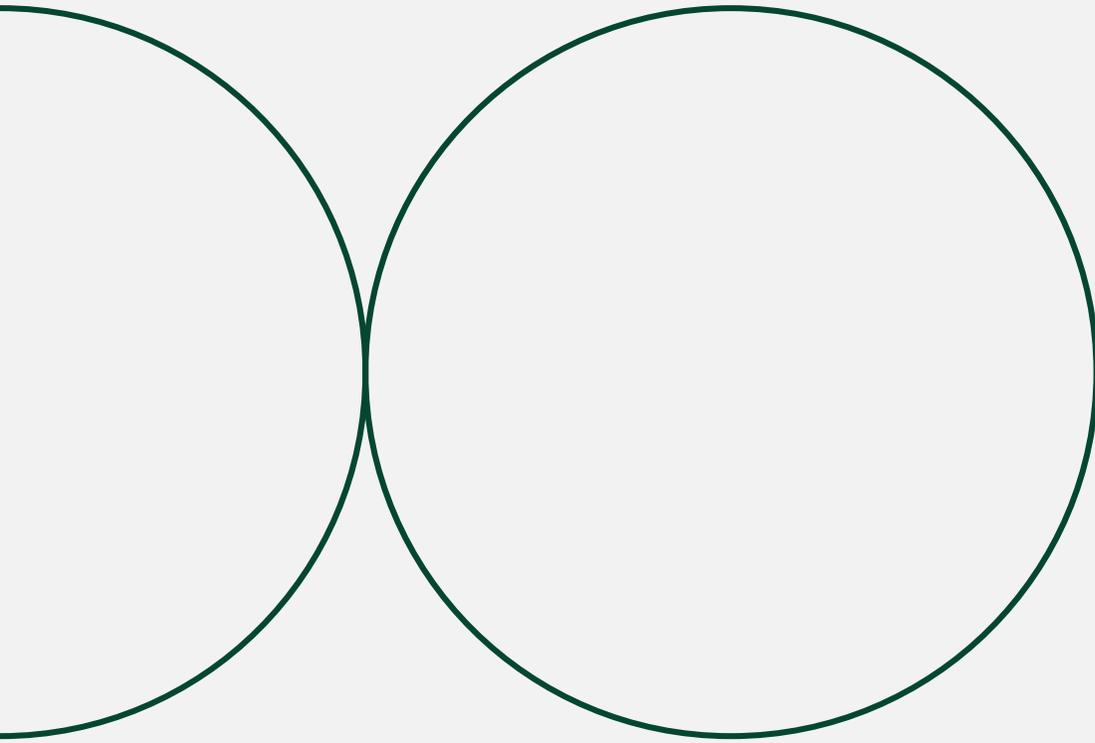
# fair.

Financer  
Accompagner  
Impacter  
Rassembler

## VOTRE GUIDE POUR PARTICIPER À LA SEMAINE DE LA FINANCE SOLIDAIRE 2023



Contact : [communication@finance-fair.org](mailto:communication@finance-fair.org)



# SOMMAIRE

- Tous ensemble pour la semaine de la finance solidaire : qu'est-ce que c'est ?
- Le dispositif de communication nationale
- Créez vos outils de communication
- Participez à la campagne événementielle territoriale
- Fiches-pratiques : vos outils et les dates-clés

# TOUS ENSEMBLE POUR LA SEMAINE DE LA FINANCE SOLIDAIRE

La 15<sup>ème</sup> Semaine de la finance solidaire se déroulera du 13 au 20 novembre 2023.

La Semaine de la finance solidaire a pour vocation de renforcer la visibilité et la notoriété de la finance solidaire via la sensibilisation du grand public.

Ce rendez-vous annuel est une occasion pour FAIR et ses membres de se réunir autour de valeurs et d'enjeux communs. Que vous soyez un établissement financier, un financeur, une entreprise solidaire, ou un acteur de l'ESS, vous agissez pour la promotion d'une autre finance, celle qui crée des emplois, du logement, des activités respectueuses de l'environnement et qui favorise la solidarité internationale.

Malgré une forte croissance chaque année, la finance solidaire reste encore peu connue du public et souffre d'un déficit de notoriété que la Semaine de la finance solidaire tente de combler grâce à une campagne de communication et une campagne événementielle, chacune collective et nationale.

FAIR met à disposition de ses membres divers outils de communication afin de les aider à relayer la campagne au sein de leur réseau.

# LE DISPOSITIF DE COMMUNICATION NATIONALE

Cette année, la Semaine de la finance solidaire proposera une nouvelle campagne de communication portant le message suivant : « **L'épargne solidaire, c'est l'épargne vraiment tournée vers l'avenir** ». Avec pour objectif de faire connaître la finance solidaire, la campagne profitera de la tendance des Français à (sur)épargner pour les informer que cet argent peut contribuer à rendre le monde meilleur - sans pour autant proposer un discours trop jargonneux !

## Une campagne moderne

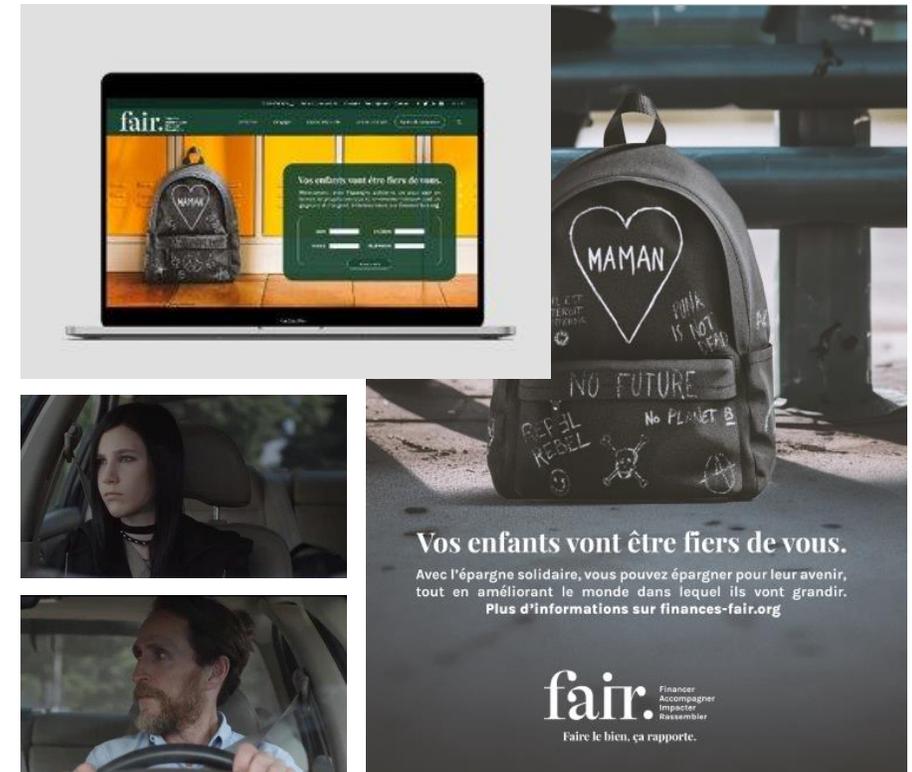
- Un spot vidéo d'une vingtaine de secondes
- Des visuels déclinables : affiches, flyers, encarts web, etc.

## Un dispositif tourné vers les épargnants

- Différents niveaux de compréhension
- Une page d'atterrissage les invitant à passer à l'acte



J'accède à la présentation de la campagne [en cliquant ici!](#)



# LE PLAN DE COMMUNICATION NATIONAL



## Média : visibilité

Diffusion du sport vidéo sur les plateformes de replay TV + négociation de gracieux.



## Média : engagement

Achat d'espace publicitaire avec redirection sur site et espace dédié + annonces sur les moteurs de recherche (SEA).



## Création d'une landing page

Accueillir les internautes sur un environnement qui s'adresse vraiment à eux. Objectif de passage à l'action (téléchargement de brochure, complétion d'un quiz ou inscription à la newsletter, le tout en échange d'une adresse mail). Adaptée aux contraintes des moteurs de recherche



## Réseaux sociaux

Communication séquencée selon le rythme de la campagne + Des visuels et messages clés en main vous seront proposés



## Relations presse

Mise en place d'entretiens personnalisés avec les journalistes + Diffusion de communiqués de presse avant et pendant la campagne : Annonce de la Semaine de la finance solidaire / Agenda des événements en région.



## Outils numériques

Espace dédié sur le site de FAIR :

- Agenda des événements
- Kit de communication complet
- Spot(s) vidéo
- Témoignages d'épargnants solidaires et de porteurs de projets
- Contenus pratiques et pédagogiques pour devenir épargnant solidaire

Et bien d'autres... !

# CRÉEZ VOS OUTILS DE COMMUNICATION

Vous avez imaginé un événement pour la Semaine de la finance solidaire mais vous ne savez pas comment communiquer? Voici quelques clés qui vous aideront à promouvoir votre événement au mieux.

## Charte graphique

Si vous souhaitez concevoir vos propres outils de communication, nous vous suggérons d'emprunter la charte graphique dédiée à la campagne de la Semaine de la finance solidaire (la même que celle de FAIR). Le but de cette charte est de créer une unité et une cohérence entre les différents outils. Elle facilite la reconnaissance et l'identité de la campagne auprès des différentes cibles et renforce ainsi les actions que vous mettrez en place.

Afin d'être conseillé sur la réalisation de vos outils, vous pouvez envoyer vos fichiers à [communication@finance-fair.org](mailto:communication@finance-fair.org).

Polices (gratuites) :

Titres - [Playfair Display](#) Bold 700

Sous-titres - [Karla](#) Bold

Textes - Karla Regular ou Light

Couleurs (html) :

Vert foncé - #044632 / Vert clair - #a7ffc8 / Gris

clair - #f2f2f2 / Blanc - #FFFFFF / Noir -

#000000 / Bleu ciel - #69d0f8 / Pétrole -

#007083 / Violet - #212353 / Aubergine -

#6b2f63 / Jaune - #ffd440 / Rose - #ef9aa1 /

Rouge - #df4f33 / Marron - #662b10

Logos à télécharger [ici](#)

# CRÉEZ VOS OUTILS DE COMMUNICATION

## Le « print »

Qu'est-ce que le print? Les outils « print » font référence aux outils qui sont destinés à être imprimés, tels qu'un flyer ou une affiche. A moins de faire appel à un graphiste qui se chargera de la mise en forme, nous vous conseillons de privilégier un style épuré et de respecter [la charte graphique de la campagne](#).

Quelles informations doivent y figurer? Il est important d'indiquer les informations essentielles telles que le nom de votre événement, la date, le lieu, l'horaire et la durée, le nom des intervenants s'il y en a, le tarif et les accès.

L'impression: N'hésitez pas à comparer plusieurs imprimeurs, y compris des imprimeurs en ligne.

Et après: Une fois vos outils imprimés, il vous faudra les diffuser. Il est important de s'interroger sur la stratégie de diffusion en amont, afin d'évaluer les quantités à imprimer et éviter le gaspillage ou les coûts de réimpression.

N'oubliez pas que les affiches et flyers sont destinés à amener du monde à votre événement, il faut donc les diffuser le plus largement possible.

Calendrier: Diffusion des flyers et des affiches > 1 mois avant l'événement. Attention à prévoir le travail de conception et d'impression des outils.

## Où diffuser ses flyers et affiches ?

Diffusion de flyers	Diffusion d'affiches
Chambre régionale de l'ESS	
Conseil général	
Conseil régional	
Chambre de commerce et d'industrie	
Commerces de proximité	
Entreprises solidaires locales	
Collectif d'associations	
Espaces de coworking	
Lors d'événements locaux	CCAS
Mairie	Établissements universitaires
Chez vos partenaires	Bibliothèques
Boîtes aux lettres	Affichages municipaux
Sur la voie publique (sortie de métro, universités...) (demander autorisation)	Bus (demander l'autorisation)
Vélos publicitaires	Street Marketing pour la distribution de flyers

# CRÉEZ VOS OUTILS DE COMMUNICATION

## Sur le web

La Semaine de la finance solidaire dispose d'un espace dédié sur le site [www.finance-fair.org](http://www.finance-fair.org) vers lequel vos communications peuvent renvoyer.

Parallèlement, n'hésitez pas à faire la promotion de votre événement sur le site internet de votre structure et à demander à vos partenaires de communiquer votre actualité. Vous pouvez par exemple leur mettre à disposition une bannière web mentionnant le nom de votre événement, le sujet, la date, le lieu, l'horaire, et un lien vers plus d'informations.

## Sur les réseaux sociaux

FAIR et le label Finansol sont fortement présents sur les réseaux sociaux. Mentionnez-nous dans vos publications pour que nous puissions les relayer :

- LinkedIn : <https://fr.linkedin.com/company/fair-label-finansol> @FAIR - Label Finansol
- X (ex-Twitter) : [https://twitter.com/Label\\_Finansol](https://twitter.com/Label_Finansol) @Label\_Finansol
- Facebook : <https://www.facebook.com/FAIR.label.finansol> @Label Finansol
- YouTube : <https://www.youtube.com/user/finansol09> Label Finansol
- Instagram : <https://www.instagram.com/label.finansol/> label.finansol

Un kit de posts pour Instagram, Facebook, LinkedIn et X (ex-Twitter) vous sera proposé pour vous aider à mettre en avant la Semaine de la finance solidaire sur vos réseaux sociaux. Il sera disponible sur l'espace dédié à la Semaine sur le site internet de FAIR.

N'hésitez pas à rappeler régulièrement la date de votre événement sur les réseaux sociaux.

Sur X (ex-Twitter), faites comme FAIR et le label Finansol en utilisant un ou plusieurs hashtags : #SFS23 #financesolidaire #labelFinansol...



# CRÉEZ VOS OUTILS DE COMMUNICATION

## Les autres outils en ligne

**Intranet :** Si vous disposez de cet outil, vous pouvez l'utiliser pour informer vos collaborateurs de l'événement.

**Newsletter :** Si vous envoyez régulièrement des lettres d'info à votre réseau, profitez-en pour présenter votre événement. Vous pouvez y faire figurer les informations essentielles et renvoyer vers votre site internet et/ou vos réseaux sociaux.

**Email :** Si vous n'avez pas de newsletter, vous pouvez alors faire un email présentant votre actualité, votre événement.

**Calendrier :**

Site Internet, bannière Web, intranet,  
newsletter, emailing > 1 mois avant  
l'événement

Réseaux sociaux > 2 à 3 semaines avant  
l'événement avec 1 relance par semaine

## Le réseau

Enfin, pour mettre en place vos événements et/ou valoriser votre communication, pensez à vous appuyer sur votre réseau.

**LE RESEAU ESS :** Vous travaillez dans le secteur de l'économie sociale et solidaire et avez certainement rencontré d'autres professionnels du milieu. Pourquoi ne pas travailler main dans la main ? Prenez le temps d'expliquer votre projet à vos différents interlocuteurs pour envisager de travailler collectivement. De cette manière, votre événement prendra davantage d'ampleur et pourra être relayé à travers vos différents réseaux.

**LES JOURNALISTES :** Saisissez cette opportunité pour leur présenter vos actions et leur parler de finance solidaire. Cela ne vous garantira pas d'avoir des retombées presse immédiates mais aura au moins permis d'attirer l'attention sur ce sujet encore peu connu. N'oubliez pas que les relations avec les journalistes s'entretiennent sur le long terme. Un journaliste qui ne traite pas de votre actualité une première fois ne signifie pas qu'il ne le fera pas lors d'une prochaine occasion.

Vous pouvez aussi contacter le service communication de votre commune pour demander un soutien. N'hésitez pas alors à solliciter des espaces d'affichage municipaux ou encore un article dans le journal mensuel local, une information sur les réseaux sociaux ou dans la newsletter.

**Calendrier :** N'attendez pas la dernière minute pour faire du réseautage. Vous pouvez commencer à en parler dès les prémices de la réflexion de votre événement.



## PARTICIPEZ À LA CAMPAGNE ÉVÈNEMENTIELLE TERRITORIALE

Ciné-débats, expositions, conférences, stands... Chaque année, plusieurs acteurs organisent des événements en régions pour faire la promotion de la finance solidaire auprès du grand public. Nous vous encourageons à poursuivre vos efforts et à imaginer cette année encore de nouvelles manifestations. N'hésitez pas à envisager ces événements collectivement, en lien avec plusieurs structures ou en vous rattachant à des événements locaux déjà existants.

FAIR fera la promotion de vos événements sur ses réseaux sociaux et son site web. Pour cela et afin que FAIR puisse vous accompagner logistiquement, merci de nous indiquer les événements que vous prévoyez de mettre en place d'ici la fin septembre même s'ils sont en cours de construction.

# PARTICIPEZ À LA CAMPAGNE ÉVÈNEMENTIELLE TERRITORIALE – EXEMPLES D'ÉVÈNEMENTS

## Villages de la finance solidaire

L'idée de ce format est d'installer, de préférence un week-end, sur une place centrale de la ville concernée des stands animés par les acteurs de la finance solidaire et d'aller ainsi à la rencontre des passants afin de les sensibiliser, documentation à l'appui, aux principes de la finance solidaire.

Intérêt : On ne cherche plus à faire venir le grand public mais on va à sa rencontre.

Ainsi, les événements de ce type déjà organisés par FAIR ont permis d'échanger sur la finance solidaire avec des personnes qui ne se seraient pas déplacées pour un événement sur ce thème.

Points indispensables pour faire de ces événements des succès :

- Mise en place d'animations destinées à attirer le grand public, à proximité des stands : En effet, le thème de la finance solidaire peut paraître austère et il est essentiel que l'événement ait un caractère festif/ludique pour que les passants y prêtent attention. *Par exemple, le collectif lyonnais a organisé en 2018 et 2019 la nuit de la Finance Solidaire avec diverses animations dont le village des associations dans lequel s'est tenu un repas convivial et un concert de jazz en 2018, une pièce de théâtre en 2019.*
- Décorer les stands afin de renforcer l'aspect festif de l'événement
- Sollicitation d'un media local pour participer à l'événement : *Organisation d'une émission radio dédiée à la finance solidaire sur RCF à La Rochelle en 2018.*
- L'harmonie : Ces événements sont souvent organisés de manière collective et on constate le jour J que, chaque organisateur souhaite présenter ses propres documents de communication et défendre son propre message. Si ces intentions sont tout à fait compréhensibles, il en résulte bien souvent un manque de lisibilité pour le public. Il est donc important que les différents acteurs s'entendent en amont sur la manière de rendre la manifestation compréhensible sur le fond (élaboration de quelques messages communs) et sur la forme (ne pas multiplier les affiches / flyers des différentes structures et privilégier des documents communs, penser à créer une identité visuelle commune via le port de badges et de t-shirts de la même couleur par exemple)

# PARTICIPEZ À LA CAMPAGNE ÉVÈNEMENTIELLE TERRITORIALE – EXEMPLES D'ÉVÈNEMENTS

## Ciné-débats

**Intérêt :** Ce format permet de toucher un public au-delà des cercles déjà sensibilisés à l'ESS. De plus, il est relativement simple à organiser car si le projet intéresse le cinéma que vous contactez, celui-ci se mettra par la suite en relation avec le distributeur et le programmateur afin d'organiser l'événement. Vous pourrez même bénéficier de la communication mise en place par le cinéma sur l'événement, vous permettant ainsi de toucher un public « inhabituel ».

**Choix du film :** Nous vous recommandons de privilégier le format 52 mn, propice à des échanges dynamiques avec le public à la suite de la projection.

**Vos missions :** Organiser l'intervention d'experts de la finance solidaire à la suite de la projection (cette intervention ne devant pas excéder 40 / 50 min suite au film, échanges avec la salle compris). Vous pouvez également installer des stands à l'accueil du cinéma pour présenter les structures de la finance solidaire et favoriser les échanges avec le public avant le début du film.

Points indispensables pour faire de ces événements des succès :

- Préparer l'événement en amont avec les intervenants (à priori des acteurs locaux de la finance solidaire) et l'animateur afin de cadrer la présentation et de ne pas tomber dans un débat entre experts susceptible de diminuer l'attention du public. Pour l'animation, solliciter un journaliste local permet d'avoir des garanties quant au « dynamisme » des échanges.
- Parmi les intervenants, la présence d'une personne capable d'avoir un regard d'ensemble sur la finance solidaire et pas uniquement sur un type d'activités particulier permet souvent d'avoir des échanges de meilleure qualité ;
- S'adresser en priorité à des cinémas disposant d'un public d'habitues : généralement, ces habitués font confiance à la programmation du lieu et peuvent se rendre à votre événement même sans être particulièrement intéressés a priori par le sujet ;
- Prévoir de la documentation à distribuer à l'issue de la soirée afin que les personnes souhaitant prolonger la réflexion aient les outils pour (exemple : baromètre de la finance solidaire, flyer Semaine de la finance solidaire)



[Découvrez notre cinémathèque](#)

# PARTICIPEZ À LA CAMPAGNE ÉVÈNEMENTIELLE TERRITORIALE – EXEMPLES D'ÉVÈNEMENTS

## Ateliers participatifs

Intérêt : Les ateliers permettent de présenter la finance solidaire de manière ludique. Ils peuvent être organisés dans le cadre d'événements extérieurs, du type salon dédié à l'ESS.

Exemple 1 : Vous pouvez proposer un atelier décomposé en plusieurs étapes pour mettre en avant les bénéfices de la finance solidaire puis présenter les solutions pour devenir épargnant :

- Jeu (20') : à l'accueil, les participants reçoivent 2 faux billets et sont invités à découvrir plusieurs projets bénéficiaires de la finance solidaire. Ils peuvent alors choisir un ou deux projets à financer en déposant les billets dans les urnes mises à leur disposition.
- Présentation des projets et financeurs (40') : l'animateur annonce aux participants qu'ils viennent de contribuer au financement d'un projet d'utilité sociale et/ou environnementale et qu'ils sont désormais des épargnants solidaires. Il rappelle qu'il existe plus d'un million d'épargnants solidaires en France et présente en une phrase la finance solidaire : « La finance solidaire relie des épargnants qui cherchent à donner du sens à leur épargne à des entrepreneurs qui développent des activités utiles à la société et l'environnement ». Il laisse ensuite la parole aux financeurs solidaires qui présentent leur structure et le projet présenté qu'ils ont financé.
- Conclusion (10') : l'animateur explique qu'il existe d'autres structures qui ont bénéficié de financement en partie grâce à l'épargne solidaire et peut donner des exemples du territoire. Il présente les produits d'épargne solidaire, les deux mécanismes de financement solidaire (l'investissement solidaire et le partage) ainsi que le label Finansol.
- Questions/réponses (15') : les participants peuvent poser des questions et la parole est donnée aux différents intervenants en fonction de la question.
- Action engageante (5') : les participants sont invités à inscrire ce qu'ils pensent de la finance solidaire sur des post-it mis à leur disposition à la sortie de l'atelier.

Exemple 2 : Dans le cadre d'une rencontre entre porteurs de projets, financeurs, épargnants solidaires et citoyens, vous pouvez organiser un atelier simple qui consiste à former un cercle avec les participants et à l'aide d'une balle qu'ils se jettent à tour de rôle, chaque participant prend la parole pour parler de son expérience en tant que porteur de projet, financeur, épargnant solidaire ou citoyen. Chaque personne qui reçoit la balle est invitée à prendre la parole. Ce jeu permet de montrer les liens dans le circuit de la finance solidaire.

# PARTICIPEZ À LA CAMPAGNE ÉVÈNEMENTIELLE TERRITORIALE – EXEMPLES D'ÉVÈNEMENTS

## Réunions d'information / conférences

Ce format est moins susceptible d'attirer le « très grand public » néanmoins il peut être intéressant à quelques conditions :

- Le choix d'un thème vous permettant d'aborder le sujet d'une manière qui ne parlera pas qu'aux spécialistes. L'idée peut par exemple être de relier la finance solidaire à un sujet d'actualité (la crise financière, le fonctionnement des banques...) ou, au moins, de restreindre un peu l'angle d'attaque (finance solidaire et entrepreneuriat dans les pays en développement, finance solidaire et logement social...). Vous pouvez proposer à des porteurs de projets solidaires soutenus par la finance solidaire de témoigner pour rendre la notion de la finance solidaire plus concrète ;
- Le choix d'un lieu ayant déjà l'habitude de recevoir ce type d'événements, disposant déjà d'un public habitué à ce format et prêt à vous accompagner dans la communication autour de l'événement ;
- Un véritable travail de communication (médias locaux, insertion dans les programmes municipaux, affichage dans des lieux choisis...).

## Rencontres professionnelles

La Semaine de la finance solidaire peut également être l'occasion d'organiser des événements à destination des membres du secteur ou de professionnels en lien plus ou moins direct avec la finance solidaire.

Par exemple, plusieurs événements à destination de porteurs de projets en recherche de financements ont déjà été organisés à l'occasion des dernières éditions de la Semaine de la finance solidaire. Dans ce type d'événements, l'idéal est de pouvoir porter une parole collective et de présenter aux porteurs de projet l'ensemble des outils de financement proposés par la finance solidaire.

## QUELQUES EXEMPLES D'ÉVÉNEMENTS...

- Conférence gesticulée
  - 2e nuit de la finance solidaire organisée par Gonansol en 2019
  - <https://www.youtube.com/watch?v=8PYBvQg-n04>
- Agora de la finance solidaire
  - Format expérimenté par MAIF depuis 2021
- Le collectif Gonansol a organisé en 2022 une soirée avec au programme :
  - Introduction de Julien Vidal, auteur du livre "Redonner du pouvoir à son argent"
  - Théâtre forum avec le Collectif Méta-Morphose
  - Temps d'échange avec les membres du collectif Gonansol

### La date, un élément déterminant

La date à choisir est importante car elle peut influencer sur l'affluence du public visé. Évitez les vacances scolaires et les horaires pendant lesquelles les gens sont peu disponibles.

Le choix de la date suppose plusieurs autres questions :

- Quel type d'événement préparez-vous ? Si c'est une inauguration, elle se fait, généralement, en soirée.
- Quels autres événements sont organisés à cette date ? Si votre date est en concurrence avec celles d'autres événements dans la région à cette période, vous prenez le risque d'attirer moins de monde. Renseignez-vous sur d'éventuels événements régionaux ou nationaux qui pourraient avoir lieu au même moment (match de sport, festival, salon ...).

### Trouver un lieu adéquat

Il faut veiller à sa capacité d'accueil (il faut donc estimer le nombre de personnes pouvant être intéressées par le thème et l'animation), à ses facilités d'accès (transports, parking, normes handicapées), aux normes de sécurité (faire appel à un service de sécurité et à une structure qui assure les soins de premières urgences le cas échéant), à anticiper sur le matériel fourni (chaises, tables, micros et ampli...).

Dans le cas d'une animation grand public, le choix du lieu est d'autant plus important. Le grand public, non sensibilisé à la question, ne se déplacera pas dans un endroit trop marqué « professionnels de l'ESS ». De plus, la très grande majorité des acteurs du secteur ne bénéficie pas encore d'une notoriété suffisante auprès du grand public pour être capable de ramener sur son nom un public important. Il s'agit donc de choisir des endroits bénéficiant déjà d'un public propre (lieux culturels par exemple) voire d'investir l'espace public.

## Autorisations et sécurité

Selon le lieu, des autorisations peuvent être requises. Il est important de se renseigner au plus vite auprès de sa mairie car le délai d'attribution d'une autorisation peut être plus ou moins long. Veillez en outre à ce que votre assurance couvre bien l'organisation de votre animation.

Si vous envisagez d'organiser votre manifestation en plein air, songez dès le départ à une solution de rechange en cas d'intempéries.

## Organisation en amont

### Organiser et planifier

Pour visualiser l'ampleur du travail qu'il faudra mettre en œuvre, il est utile de réaliser un échancier, puis de diviser l'organisation des animations en tâches élémentaires afin de ne rien omettre.

le cadre d'une action organisée en collectif, vous pouvez vous servir d'outils de gestion de projet en ligne comme [Trello](#) ou [Basecamp](#).

### Communiquer

La communication est essentielle puisqu'elle va permettre à la fois de faire venir des partenaires mais aussi du public et d'obtenir une reconnaissance de l'événement. Ce guide de communication vous donne les clés nécessaires afin de faire connaître vos événements.

### Gérer les inscriptions

Il est judicieux de demander aux personnes de s'inscrire à l'évènement pour avoir une estimation du nombre de participants. Vous pouvez par exemple créer un formulaire d'inscription sur [Google Forms](#) ou créer un événement sur [Eventbrite](#).

Dans le cas d'un événement payant du type ciné-débat, il existe plusieurs billetteries en ligne gratuites telles que [Tickasso](#) ou [HelloAsso](#).

# FICHE PRATIQUE – LES POINTS INDISPENSABLES

Retranscrire votre évènement en direct

Votre événement peut intéresser d'autres personnes qui n'ont pas pu participer. Retranscrire le contenu de votre événement en direct permet d'élargir son audience et améliorer sa visibilité. Pour cela, vous pouvez organiser un Live Tweet, c'est-à-dire commenter l'événement en direct sur Twitter avec un hashtag dédié. Il s'agit par exemple de retranscrire des phrases pertinentes des intervenants.

Pour encourager les participants à tweeter, vous pouvez mettre à leur disposition les codes Wifi du lieu ainsi que l'hashtag de l'événement. N'hésitez pas à utiliser l'hashtag #SFS23 pour relier votre événement à la campagne de communication nationale.

Il existe des solutions pour afficher les tweets sur un écran pendant l'événement, comme [LiveTweetApp](#).

## Et après ?

### Remerciements

Après la manifestation, il est important de remercier les différents partenaires qui ont permis cette animation. Cela permettra par ailleurs de maintenir le lien, ce qui est utile pour les éditions suivantes.

### Compte-rendu

Dans le cas d'une table-ronde ou une conférence, il est intéressant de publier un compte-rendu avec les idées principales qui sont ressorties lors des échanges. De cette façon, la discussion avec les participants pourra continuer après l'événement. N'hésitez pas à ajouter des photos pour l'illustrer.

### L'évaluation et le bilan

L'évaluation permet de parfaire le projet et de le faire évoluer. Après l'événement, vous devez définir les points faibles et les points forts de votre action, en y associant tous les acteurs concernés. D'une part, cette évaluation vous permettra de savoir si le ou les objectif(s) poursuivis ont été atteints et dans quelle mesure. Elle facilitera et améliorera, d'autre part, le processus opérationnel en cas de reconduction de l'événement.

N'oubliez pas d'envoyer votre bilan à FAIR afin qu'il soit intégré dans le bilan national.

## Comment parler de finance solidaire au grand public ?

De prime abord, le sujet de la finance solidaire peut paraître complexe. La majorité des personnes à qui vous vous adresserez dans le cadre d'un de ces événements auront une connaissance très limitée des questions économiques et financières et il s'agira de vulgariser le sujet.

Le discours à porter sur la finance solidaire lorsque l'on s'adresse au grand public pourrait être décomposé en quelques grands axes :

- 1) Il existe des entreprises, évoluant dans le même environnement économique que les autres, dont l'activité répond à des problématiques sociales et environnementales. Il est important de pouvoir donner des exemples locaux afin de rendre ce point concret pour votre interlocuteur. Préparez donc votre discours en sélectionnant quelques projets régionaux qui vous semblent représentatifs, parlants et avec lesquels vous serez à l'aise.
- 2) Il existe des produits d'épargne qui vous permettent de financer ces entreprises, sans nécessairement faire une croix sur la rentabilité de cette épargne. Vous disposez, parmi les différents supports de communication de FAIR, d'outils vous permettant d'illustrer facilement ces différents produits et la manière dont ils fonctionnent.
- 3) Il existe le label Finansol qui garantit le caractère solidaire de ces produits. La présence d'un label de la finance solidaire est un élément important dans la mesure où les épargnants ont besoin d'être « rassurés » sur des produits que, pour la plupart, ils ne connaissent pas.
- 4) Cette finance solidaire constitue un modèle crédible et innovant. Il existe depuis une trentaine d'années et a déjà attiré un million d'épargnants solidaires. La prise en compte de l'utilité sociale et/ou environnementale de l'épargne s'oppose à la recherche systématique de profit à court terme qu'on retrouve dans la finance traditionnelle.

# FICHE PRATIQUE - CINÉMATHÈQUE

## Documentaires pour un public sensibilisé

- [Chemin de travers](#)
- [Épargne, placements, comment protéger son argent ?](#)
- ★ [Inside Job](#)
- [Let's make money](#)
- [Moi, la finance et le développement durable](#)
- [On a 20 ans pour changer le monde](#)
- [Social Business](#)
- [Trait de vie](#)
- [Zéro phyto 100% bio](#)

## Documentaires pour le grand public

- [Après demain](#)
- [Capitalism, a love story](#)
- [Capitalisme et philanthropie : l'impossible mariage ?](#)
- ★ [Demain](#)
- [En quête de sens](#)
- [Food Coop](#)
- [Indices](#)
- ★ [L'échappée solidaire](#)
- ★ [La finance lave plus vert](#)
- [La Nef, coopérative de finances solidaires - La banque qui veut prêter plus...](#)
- [Microcrédit en 4L](#)
- [Nouveau monde](#)
- [Power to change - La Rébellion Énergétique](#)

- [Qu'est-ce qu'on attend ?](#)
- [Sacrée croissance !](#)
- [Solutions locales pour un désordre global](#)

## Films

- [Bamako](#)
- [Becoming Warren Buffet](#)
- [Cleveland contre Wall Street](#)
- [Crédit pour tous](#)
- [De grandes espérances](#)
- [Discount](#)
- [Douce France](#)
- [Enfin des bonnes nouvelles !](#)
- [Erreur de la banque en votre faveur](#)
- [Krach](#)
- [La Loi du Marché](#)
- [Le Capital](#)
- [Le grand retournement](#)
- ★ [Le Sucre](#)
- [Ma part du gâteau](#)
- [Margin Call](#)
- [Moi, Michel G., milliardaire, maître du monde](#)
- ★ [Money Monster](#)
- [Reprise en main](#)
- [Too big to fail : débâcle à Wall Street](#)
- ★ [The big short, le casse du siècle](#)
- [The wizard of lies](#)
- ★ [Trader](#)
- [Wall street](#)

- [Wall Street : l'argent ne dort jamais](#)

## Films courts (entre 2 et 20 minutes)

- [5 minutes pour faire le tour de la création d'une entreprise sociale](#)
- [Donner du sens à son épargne et à son investissement](#)
- [Et si... Coopératives pour un monde meilleur](#)
- [« Jeu de société »](#)
- [La finance solidaire par France Active](#)
- [Label Finansol - Quand un épargnant rencontre sa conseillère bancaire](#)
- [Le café citoyen](#)
- [Les Audacieux](#)
- [Qu'est-ce que la finance solidaire ?](#)
- [Une chaîne de solidarité](#)

## Autres :

- [Side ways](#)
- [Don't look up](#)
- [Soleil Vert](#)
- [La belle verte](#)
- [Erin Brokovitch, seule contre tous](#)
- [Princesse Mononoké](#)
- [Woman at war](#)

# FICHE PRATIQUE – ÉVÈNEMENT DIGITAL

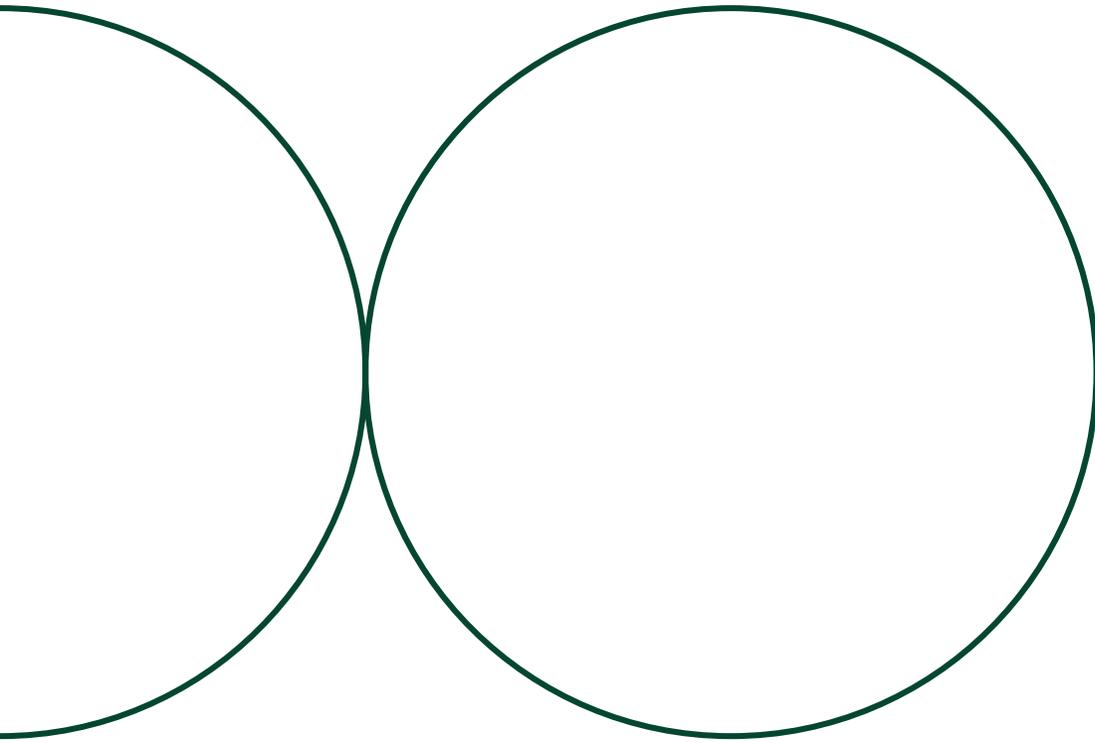
## Les outils en ligne pour un événement digital interactif

- Mentimeter : un outil qui vous permet d'organiser des votes, de faire des sondages, des quizz, créer des nuages de mots, il permet au public de poser des questions, etc. Mentimeter fonctionne comme un PowerPoint dans sa prise en main, vous réalisez une présentation avec des slides et vous n'avez plus qu'à la diffuser pendant votre événement. Lien: <https://www.mentimeter.com/app>
- Kahoot : Un moyen simple et efficace de gamifier (rendre votre événement interactif par le jeu) vos événements digitaux et pourquoi pas offrir un lot au vainqueur! Lien : <https://kahoot.com/>
- Polly : Sur le même principe que Mentimeter, Polly est un outil qui permet de créer des votes, poser des questions, réaliser des quizz, etc. Lien: <https://www.polly.ai/>
- Klaxoon : Un moyen de créer des quizz, des sondages, de poser des questions, etc. Lien : <https://klaxoon.com/fr/home>
- Mural : un moyen d'animer ses réunions et ateliers en les rendant participatifs via l'utilisation de post-it. Lien : <https://www.mural.co/>

Les outils à votre disposition

Espace dédié sur le site de FAIR :

- Agenda des événements
- Kit de communication complet (à venir)
- Spot(s) vidéo
- Témoignages d'épargnants solidaires et de porteurs de projets
- Contenus pratiques et pédagogiques pour devenir épargnant solidaire
- Et bien d'autres... !



# FICHE PRATIQUE – RETROPLANNING INDICATIF

Axe	Période	Etapes
Volet événementiel	Avril / mai / juin	Définir forme, date et lieu des animations
	Juin / juillet / août / septembre	Mise en place logistique des animations (choix des intervenants, fichiers invités, préparation des invitations...)
	Début octobre	Finalisation des animations (calage des intervenants, animateur, etc.) Réalisation et envoi d'invitations pour chacun des événements (penser à inviter les décideurs locaux)
Volet communication	Jusqu'à mi septembre	Expression des besoins en outils de communication (leaflets, bannières)
	Fin septembre	Remontée du programme des animations (date, lieu, horaires, forme) vers l'équipe de FAIR Diffusion des outils (affiches, bannières Internet...) dans les réseaux : épargnants, adhérents, sympathisants, partenaires, etc. Promotion des événements via les newsletters et autres publications
Semaine de la finance solidaire	Du 13/11/23 au 20/11/23	Déroulement des animations
Bilan	Mi-novembre/ décembre	Élaboration du bilan de votre événement à transmettre à FAIR



finance-fair.org



@Label\_Finansol



FAIR - Label Finansol



@FAIR.label.finansol



Label Finansol

fair.

Financer  
Accompagner  
Impacter  
Rassembler

Pour toute autre demande :  
[communication@finance-fair.org](mailto:communication@finance-fair.org)