



SYNTHESE DU COPIL

2 février 2015

Personnes présentes : Antoine HAUMESSER, Jean-Jacques GREINER, Lise WOESSNER, Françoise CANTE, André BARNOIN, Jusuf SAGDATI, Jean-François BARJONET, Bernard SCHAEFFER, Gaëlle BUSSON, Rachid BELMESSABIH et Marion VERDU.

Ordre du jour :

- Bilan de l'exercice d'ingénierie de projet pour le Radis par les étudiants du Master 2 ESS.
- Ciblage des symboles de solidarité locale pour le graphisme des billets.
- Besoin de mobilisation de nouveaux bénévoles pour des apports spécifiques : communication (rôle d'ambassadeurs du Radis), ingénierie financière (élaboration d'un plan de financement).

Bilan de l'exercice d'ingénierie de projet pour le Radis par les étudiants du Master 2 ESS

Durant la semaine du 19 au 23 janvier 2015, les étudiants du Master 2 ESS ont construit des micro-projets portant sur le Radis, en se divisant en 4 groupes de 4 étudiants. Chaque groupe s'est positionné en fonction des acteurs types potentiellement usagers du Radis : groupe 1 Habitants, groupe 2 Collectivités, groupe 3 Entreprises et groupe 4 Associations.

Ce type d'exercice intitulé « semaine de l'entrepreneuriat » est, notamment comme chaque année dans le cadre de ce master, une épreuve difficile et endurante pour les étudiants face aux aspects exhaustifs du travail à produire dans un temps limité.

Leurs travaux ont été restitués oralement le 30 janvier (40 minutes chaque groupe) et les écrits seront rendus le 30 mars au plus tard. Fanny Delforge-Marchand et Lise Woessner ont par ailleurs accompagnés les étudiants durant toute cette semaine d'exercice et elles constatent que les résultats de leurs productions à l'oral ont été significatifs d'une belle progression par rapport aux premiers jours de l'exercice. Aussi, les divers intervenants professionnels qui ont participé à leur accompagnement (Damien Lang et Pierre Roth de la CRESS, Nadiah Ourouh et Clément Lamy d'Alsace Active, Martine Fournier de la Fondation Macif, Sébastien Dassonville de l'Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne, Pierre Ruche d'Allo OCCE, et Sandra Fourcade de l'AJA) ont permis de renforcer de manière pertinente la méthodologie et le résultat des micro-actions construites par les étudiants.

Ci-dessous le résumé des propositions orales des micro-applications de chaque groupe :

Groupe 1 Habitants

Constat/problématique : Comment sensibiliser et mobiliser les habitants pour faire circuler le Radis sur un territoire hétérogène (méconnaissance des monnaies locales et des effets positifs des circuits courts, population importante en situation de précarité) ?

Objectif : Dynamiser l'économie locale mais aussi favoriser le lien social et promouvoir un autre type de consommation.

Stratégie à entreprendre :

- Commencer par le territoire mulhousien en adaptant les outils par secteur (en fonction des caractéristiques socio-économiques).
- Etablir des documents de communication ludiques et pédagogiques, avec une information claire et peu de texte promouvant l'intérêt de favoriser les circuits courts et l'économie locale.
- Cibler des lieux de passage tels que le Marché, la gare, la place de la Réunion.



Actions à entreprendre :

- Une campagne d'affichage prenant en compte notamment la barrière de la langue et intégrant un QR code renvoyant vers une page Facebook et l'application. Soumission du projet de création de l'appli Radis aux étudiants en licence pro "ATC : Webdesigner".
- Consommation locale accessible au grand public par le biais de réductions sur les produits.
- Une application smartphone : géolocalisation des commerçants acceptant la monnaie locale et des ambassadeurs, recensement des utilisateurs, accès à des informations et possibilité d'y déposer des dons.
- Diffusion de sets de table dans les restaurants promouvant le Radis et ses partenaires sponsors.
- Implication des habitants au sein de la future association le Radis via la création d'un collège spécifique.
- Organisation de cafés citoyens.
- Lancement de la monnaie au mois d'avril : saison du Radis.
- Mise en place une caravane citoyenne itinérante qui serait un stand de sensibilisation et un bureau de change.

Observations du COPIL :

- Problématique des collèges au sein de la future association qui induit le vote plutôt que le consensus comme forme de prise de décision. JF Barjonet : le vote est frustrant et comment faire si un collège est sous-représenté ?
- Il serait utile de laisser une trace sur le net des idées des groupes.

Groupe 2 Collectivités

Constat/problématique : pourquoi et comment impliquer les collectivités ?

Objectif : repérer les bons arguments et outils pour les impliquer, notamment sur la dimension technique, financière et de sensibilisation aux comportements responsables des habitants.

Stratégie à entreprendre :

- Arguer auprès des collectivités en fonction de leurs compétences et insister sur celles de l'éducation, de l'action sociale, de l'économie et de l'environnement.
- Les collectivités utilisent l'argent sous forme dématérialisée : palier cette contrainte.

Actions à entreprendre :

- Avancer par phase : 1^{ère} phase - sensibiliser la collectivité comme potentiel financeur, 2^{ème} phase – rendre la collectivité actrice et/ou facilitatrice du radis dans son expérimentation et son déploiement.
- Rencontrer les élus à partir d'un guide de 4,5 pages lors d'ateliers d'échanges en la présence d'un bénévole ayant des compétences politiques et d'un élu d'Ungersheim. Ces ateliers seront thématiques en fonction des problématiques des bassins de vie, par exemple : précarité et travail, ruralité, connexions transfrontalières.
- Recourir aux arguments de l'économiste Jérôme Blanc pour impliquer les collectivités.
- Adapter des actions entreprises par d'autres MLC comme celles de la Roue ou de l'Eusko.
- S'inspirer de la Caisse locale d'Investissement Solidaire de Nantes pour créer le fonds solidaire : cette caisse a pour objectif de structurer la production locale par l'investissement.
- Impliquer une collectivité déjà engagée en matière de développement durable telle que la Mairie de Rixheim en lui présentant une expérimentation concrète sur son territoire.
- Proposer aux mairies d'être aussi des bureaux de change.
- Permettre l'inscription aux loisirs proposés par les collectivités en Radis et créer des cartes de réduction pour les paiements effectués en Radis.
- Permettre aux collectivités de payer leurs prestations, au moins partiellement, en Radis.

Observations du COPIL :

- Des avantages pour la redistribution des loisirs sont nécessaires mais de fait ce sont de produits locaux qui ne vont pas « fuir ».



- Problématique de la carte de fidélité : le consommateur peut déjà en posséder une certaine quantité. L'alternative serait de proposer une carte de paiement numérique qui offrirait la possibilité d'offrir des réductions. ⇒ Intérêt d'évaluer le coût, de rentabiliser l'investissement et le fonctionnement.

Groupe 3 Entreprises

Constat/problématique : la majorité des commerçants ne connaissent pas les monnaies locales et la moitié des paiements sont effectués par carte bancaire.

Objectif : impliquer les commerçants et leur démontrer la simplicité de l'utilisation et de l'intérêt du Radis. Leur inspirer confiance.

Stratégie à entreprendre :

- 1^{ère} phase : toucher par l'information les petits commerces de proximité en passant notamment par les têtes de réseaux et des personnes ressources telles que les associations de commerçants, les entreprises engagées en développement durables comme les AMAP ou Ecosol, la CCA (Zig et zag), la CCI et la CMA (celle-ci s'est montrée très intéressée par le projet).
- 2^{ème} phase : accompagner l'expérimentation du Radis.
- 3^{ème} phase : développer par la diffusion des savoirs via un site intranet par exemple.

Actions à entreprendre :

- Créer des plaquettes spécifiques d'information.
- Créer des outils numériques d'information.
- Organiser des réunions spécifiques.
- Lister les arguments (cf. document de présentation du projet du Radis) et insister sur le fait que l'utilisation du radis représente un engagement pour porter des valeurs de soutien à l'économie locale, pour fidéliser les clients et sortir des inconvénients de l'euro.
- La monnaie numérique est indispensable pour des achats à somme importante.
- Créer et vendre des objets dérivés et touristiques du Radis à partir de produits recyclés (en passant par une entreprise d'insertion par exemple).
- Le fonds solidaire pourra financer la mutualisation de moyens par exemple.

Observations du COPIL :

- La possibilité de payer avec son téléphone mobile plutôt qu'avec une carte pour limiter les frais ? (JF Barjonet)
- Intérêt significatif de payer en monnaie numérique mais nous devons veiller sur le coût. ⇒ payer en sms, un outil utile qui peut être moins cher qu'une carte de paiement numérique.
- Importance de la confiance.
- Fanny Marchand avait proposé l'intérêt de faire une promotion du Radis avec des offres spécifiques en Radis en amont des fêtes de Noël. Selon le COPIL, il s'agit alors de repérer quels produits de Noël manquent et existent localement.
- Discussion autour de l'intérêt de soutenir le Fab'lab du Technistub et autres entreprises solidaires qui permettent aux usagers de co-fabriquer leurs propres produits.

Groupe 4 Associations

Constat/problématique : nombre d'associations ont des difficultés financières sur le territoire pour viabiliser leurs activités. Parallèlement, le chômage est prégnant.

Objectif : soutenir l'économie locale en favorisant l'entrepreneuriat social par le soutien des associations en difficulté et lutter contre le chômage.

Stratégie à entreprendre : fédérer et soutenir les associations autour du Radis et de ses valeurs au-delà du simple usage de la transaction financière.

Actions à entreprendre :

- Reverser le fonds solidaire à un GEA dédié (groupement d'employeurs associatifs).
- Finalité du GEA : la mise à disposition d'emplois qualifiés (ingénierie de projets, communication, recherche de financements) et non qualifiés (petits travaux, entretien des locaux, etc.) à moindre coût pour les associations locales.



- Financement du GEA grâce à des subventions publiques (Conseil général par exemple) et privés tels que la Fondation MACIF. Aussi, plus la masse monétaire du Radis sera élevée, mieux le GEA pourra fonctionner.
- Créer des outils de communication vers les associations.

Observations du COPIL :

- Problème de la pérennité du fonctionnement du GEA si absence de financements publics : solution, si le Radis doit être pérenne.

Conclusion du COPIL :

Un grand merci aux étudiants pour leur implication, les étudiants sont conviés à venir temps et en heure pour présenter leurs projets respectifs au COPIL.

⇒ A Mulhouse, une profusion d'associations engagées pour le développement durable du territoire, il est fondamental de favoriser une synergie commune pour satisfaire les besoins locaux des populations de manière économiquement soutenable.

Ciblage des symboles de solidarité locale pour le graphisme des billets

Pour rappel, 4 types de billets sont prévus puisque 4 types d'unités d'échange sont envisagés (1,5, 10 et 20 Radis), donc 4 thématiques sont à cibler autour de la solidarité. Les critères quant aux choix sont : éviter d'accorder une place centrale à Mulhouse et faire figurer un symbole de chacun des quatre bassins de vie du Sud Alsace : **Thur Doller**, **Région mulhousienne**, **Sundgau** et **St-louis trois frontières**.

Suite à la précédente réunion du groupe communication, le COPIL est parvenu aux propositions suivantes :

1. SOLIDARITE DU MONDE RURAL :

- Le Moulin de Mulhouse
- Le tableau de la fille du Meunier
- L'Ecomusée

2. SOLIDARITE FACE A LA DESINDUSTRIALISATION :

- Les chevalements des mines.
- Les 100 cheminées de Mulhouse.
- Le site Motoco.
- Statue du soudeur.
- Statue du Schweidissi.
- Le journal du Klapperstein.
- Manifestation des syndicalistes en 1977 suite à la crise textile (ex du Musée des travailleurs récupérant la collection automobile des frères Schlumpf).

3. SOLIDARITE ET LIENS DU LOCAL AU GLOBAL :

- La tour de l'Europe.
- Libération en 1944 par les Tirailleurs marocains.
- Le pont des trois frontières de Huningue.
- Mulhouse, riche de 135 nationalités.
- Le marché de Mulhouse.

4. SOLIDARITE ET LIENS INTERGENERATIONNELS :

- Communauté Emmaüs de Cernay.
- Eco pâturage de Sahel Vert.
- Maison de vie de Rixheim.
- Le Marché de Mulhouse.





→ Les réflexions et propositions entreprises ont amené au constat qu'il n'est pas évident de lister des symboles de solidarité locale qui soient facilement reconnaissables et qui émanent des 4 bassins. C'est pourquoi l'affinement de cette liste sera poursuivi lors de la prochaine rencontre du groupe communication.

Besoin de mobilisation de nouveaux bénévoles pour des apports spécifiques : communication (rôle d'ambassadeurs du Radis), ingénierie financière (élaboration d'un plan de financement)

Pour développer la confiance et la crédibilité du projet, ainsi que donner envie aux gens de se s'approprier l'usage et l'utilité de la future monnaie locale et solidaire, Lise Woessner propose 4 à 5 séances de formation aux bénévoles souhaitant être ambassadeurs du projet du Radis sur le terrain.

Divers

Animation Discosoupe « Bleu Blanc Zèbre » au Carré des Associations le 14/03 ?

Gaëlle Busson et Marion Verdu, stagiaires à la MCM, organisent une discosoupe pour promouvoir les Services solidaires. Fatima El Hassouni, Responsable du Carré des Associations, nous propose d'organiser cet événement lors de la journée « Bleu Blanc Zèbre » au Carré le 14/03 et de tenir aussi un stand présentant le projet du Radis. Est-ce que ce contexte est pertinent ?

→ Le COFIL est favorable d'y participer, en insistant sur le besoin d'un temps parole pour démontrer l'intérêt de nos projets.

AURM

Suite à l'intervention de Sébastien Dassonville, urbaniste à l'AURM, lors de la Semaine de l'Entrepreneuriat, plusieurs membres du COFIL se montrent intéressés par les données du territoire produites par l'Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne. Certaines sont consultables sur son site internet : <http://www.aurm.org/>.

Le groupe « communication » change de nom pour devenir le groupe « animation »

Le terme « animation » a en effet plus de sens que celui de « communication » : l'objectif pour ce groupe n'est pas en effet de simplement communiquer mais de faire vivre la monnaie locale et solidaire d'où l'emploi du terme « animation ».



Pistes de financements du projet

Suite à des échanges avec le cabinet 3E Services, les pistes de financement du projet sont faibles. Par ailleurs, Andrea Caro du Mouvement Sol propose comme solution « le fonds de confiance » initié par Alsace Active ; les modalités sont les suivantes (source : <http://www.franceactive.org/default.asp?id=135>) :

Quel est son objectif ?

Favoriser l'émergence de nouvelles entreprises solidaires en finançant la phase de maturation du projet.

L'enjeu est de :

- **Faire émerger de nouveaux entrepreneurs sociaux** et de nouvelles entreprises sociales et solidaires
- **Favoriser la création d'emploi.**

Qu'est qu'une entreprise sociale ?

Les entreprises sociales sont des entreprises à finalité sociale ou environnementale et à lucrativité limitée. Elles cherchent à associer leurs parties prenantes à leur gouvernance.

Qui peut en bénéficier ?

- **Toute entreprise** et plus particulièrement toute entreprise solidaire, **souhaitant contribuer à la création d'une nouvelle entreprise sociale et solidaire.**
- **Tout porteur de projet** qui souhaite **créer son entreprise sociale et solidaire** et qui, pour cela, doit se faire salarier d'une entreprise porteuse **pour mener une étude de faisabilité.**

Que finance le Fonds de Confiance ?

- Jusqu'à **50% des frais HT de l'étude de faisabilité** supportés par l'entreprise (salaire du porteur de projet, frais de déplacements, frais généraux...)
- à hauteur de **20 000 € maximum** par projet sous forme de subvention (28 000 € dans certaines régions).

NB : La mobilisation d'un cofinancement d'un autre partenaire est nécessaire

Comment saisir le Fonds de Confiance ?

Pré-requis avant envoi de la demande :

- Choix du porteur de projet, identifié comme le futur dirigeant de la nouvelle entreprise sociale, et en charge de la réalisation de l'étude de faisabilité.
- Engagement de l'entreprise porteuse à salarier le porteur de projet pendant la durée de l'étude de faisabilité.
- Définition du contenu de l'étude de faisabilité avec objectifs précis et calendrier.
- Accompagnement du porteur de projet par un comité de pilotage, présidé par le dirigeant de l'entreprise porteuse.

Dossier libre à constituer pour envoi à France Active :

- Lettre de parrainage d'un réseau partenaire du Fonds de Confiance.
- *A propos de l'entreprise porteuse :*
 - présentation de l'entreprise porteuse,
 - derniers bilan et compte de résultat.
- *A propos du projet de création / développement :*
 - présentation du projet
 - présentation des étapes de réalisation de l'étude de faisabilité et de son calendrier de mise en œuvre,
 - budget de l'étude de faisabilité et co-financements envisagés,
 - membres du comité de pilotage.
- *A propos du porteur de projet :*
 - CV, lettre manuscrite de motivation.



Prochaine rencontre du COPIL : lundi 9 mars à 14H00

Ordre du jour :

- Bilan mensuel des Services Solidaires.
- Organisation de la participation à la Journée Bleu Blanc Zèbre le 14 mars.
- Organisation de la participation à Alternatiba le 19 juillet.
- Spécialisation des tâches/mise en œuvre du calendrier prévisionnel.



le-radis-monnaie-solidaire.net

Notes prises par Lise WOESSNER, document rédigé le 05/03/15.