

Extrait du econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

<http://econokoi.org>

# salon-ille-bio

- communication - A découvrir -

Communication 

Date de mise en ligne : lundi 18 dcembre 2006

## **Description :**

Le Salon ILLE ET BIO, médium de promotion de l agriculture bio et du jardinage bio, ainsi que d autres thèmes y résonance écologique et alternative, est un lieu annuel de rencontres, d échanges, de réflexions, de découvertes et dégustations de produits.

---

econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

---

Le [Salon ILLE ET BIO](http://www.illeetbio.org/) [http://www.illeetbio.org/], médium de promotion de l agriculture bio et du jardinage bio, ainsi que d autres thèmes à résonance écologique et alternative, est un lieu annuel de rencontres, d échanges, de réflexions, de découvertes et dégustations de produits.

<!-- htmlA --



**Association Culture Bio**  
**Salon Ille et Bio à Guichen**

<!-- htmlB --

Animé par un collectif d une centaine de bénévoles de l association CULTURE BIO dont l objet déclaré est de « favoriser les prises de conscience en faveur de l agriculture bio et la biodynamie, ferments pour la santé et la planète terre », il regroupe sur deux journées un ensemble de conférences, d exposants et de diverses animations destinés à attirer des visiteurs du pays de Guichen, de l agglomération de Rennes et au-delà.

## La communication du Salon

Le Salon a besoin de communiquer auprès des différents publics concernés (visiteurs potentiels, exposants et autres partenaires, bénévoles), et plus largement auprès des publics à sensibiliser aux thèmes qu il développe.

Pour annoncer le Salon et mettre en valeur ses éléments d attraction, des "échanges marchandises" ont été institués (en particulier, un espace gratuit pour annoncer le Salon dans *Ouest-France* et sur radio France Bleue, avec en contrepartie la mention visible de ces partenariats sur le Salon via des bandeaux et des invitations gratuites pour certains lecteurs-auditeurs). Au-delà du cercle des militants déjà convaincus, le Salon cherche en effet à gagner un large public de visiteurs curieux et prêts à s ouvrir à ses propositions.

Pendant et après le Salon, les principaux thèmes exposés sont parfois repris par ces médias, mais aussi par des magazines spécialisés (par exemple *S Ilence*, *Bio Contact*). Le Salon cherche en effet le plus souvent à faire passer ses messages de fond soit en s adressant directement aux journalistes ou chroniqueurs, soit par l intermédiaire de chercheurs ou auteurs en contact avec ces médias.

Cette capacité de suivi des conférences et expositions permet de toucher une plus large population que celle des visiteurs et de s associer à des manifestations prolongeant les débats engagés au Salon.

Le public des bénévoles représente un enjeu très important pour toute l organisation du Salon et par extension pour d autres projets en cours (par exemple, marché bio et vente directe des produits bio des agriculteurs du canton). Les bénévoles sont contactés en amont du Salon pour participer à son organisation. Ils sont associés aux manifestations, à l ouverture comme en clôture du Salon.

Il en est de même avec les exposants, qui sont pour une large part fidélisés au Salon, (mailing, association aux manifestations, etc.). Quant aux autres partenaires (mairie de Guichen, Conseil Général, etc.), ils sont invités au Salon et tenus informés du bilan.

## Le Salon comme outil de communication

Le Salon constitue en lui-même un "outil de communication" pour tous ceux qui y participent. Pour l'information des visiteurs, l'entrée du Salon est l'occasion d'affiches concernant les expositions et les conférences, de distribution de dépliants. Le principal outil de cette communication est la brochure remise aux visiteurs, avec le plan du Salon et la liste des exposants. D'autres types de supports (par exemple des dossiers) sont réservés aux journalistes et autres professionnels de l'information. Des annonces audio font vivre le Salon en temps "réel". La répartition même de l'espace et le fléchage facilitent pour le visiteur le repérage des zones.

## Le site Web : la capacité d'un Salon virtuel

De création relativement récente, le site [www.illeetbio.org](http://www.illeetbio.org/) [http://www.illeetbio.org/] est tout d'abord un médium, dont le contenu est principalement institutionnel : l'association, ses bénévoles, son organisation, sa Charte, son historique, ses actions (y compris celles qui se situent hors Salon, comme le Bio Jardin). Il informe sur le programme du Salon lui-même, les exposants, les conférences et les animations. Il propose divers rôles aux bénévoles intéressés et contient un bulletin d'adhésion. Il gère également les inscriptions des exposants. Il propose des liens vers des sites spécialisés en écologie, agriculture et alimentation bio (Bio-éco, Cohérence).

Le Salon Ille et Bio mène ainsi une politique de communication active, élément clé de sa réussite. Ceci implique un investissement particulièrement important de la part des bénévoles qui, pour beaucoup, n'ont que peu de temps disponible.