

CARREFOUR RÉGIONAL

des Maires
des Elus
et des agents territoriaux

5^{ème} édition

Locaux

BILAN Edition 2016

Remerciements à nos Partenaires Premium



Organisé par



PARTICIPATION

➤ Présentation de l'analyse des chiffres et de l'évolution de la participation

TYPOLOGIE	INSCRITS	PRESENTS	POURCENTAGE DE PRESENCE
Participant	1263	1205	95%
Exposant	666	566	84,7%
Total	1929	1771	91,7%

PARTICIPATION

➤ Evolution de la participation – Editions 2014 - 2015 – 2016

POSTES	2014	2015	2016	TAUX D'EVOLUTION 2015-2016
Total inscriptions	1292	1719	1929	12,2%
Total participants inscrits	984	1149	1263	9,9%
Total exposants inscrits	308	570	666	16,8%
Total participants présents	806	1015	1205	18,7%
Total exposants présents	308	570	564	-1,1%

PARTICIPATION

➤ Typologie des participants – Edition 2016

POSTES	TOTAL	POURCENTAGE
Inscrits Participants	1263	
Total "élu"	536	42%
Total "entreprise"	317	25%
Total "technicien territorial"	119	9%
Total "autre"	216	17%

➤ Edition 2015

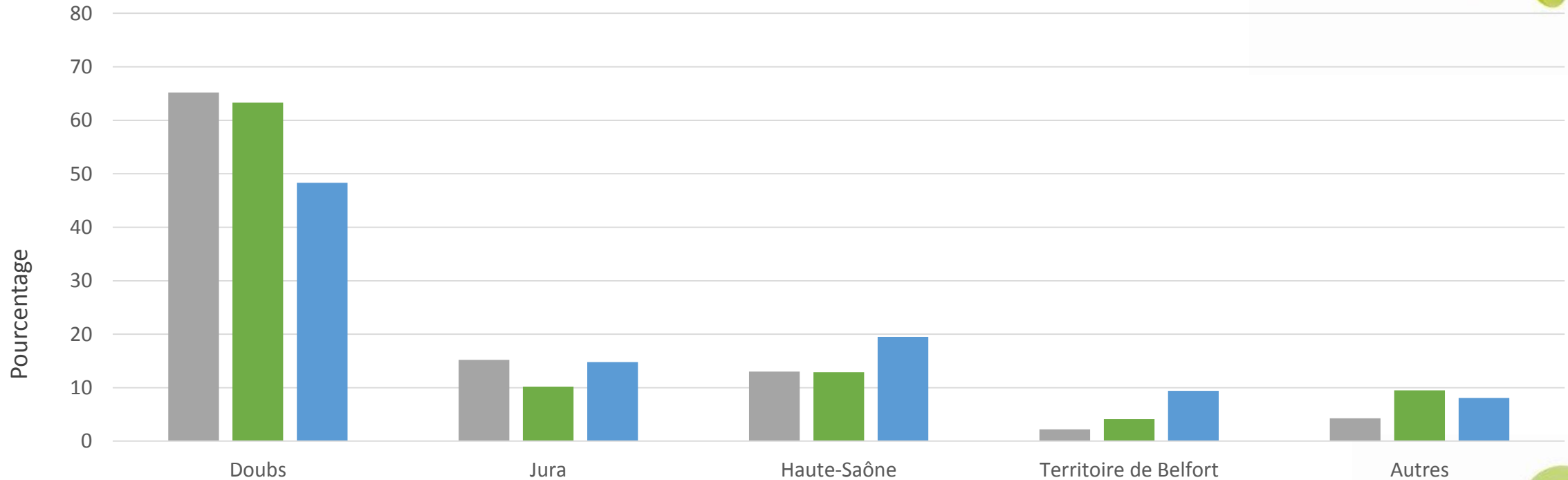
Total "élu"	509	40 %
Total "entreprise"	301	26 %
Total "technicien territorial"	85	7 %
Total "autre"	254	22 %

PARTICIPATION

➤ Présentation de l'enquête de satisfaction visiteurs

➤ **149 réponses**

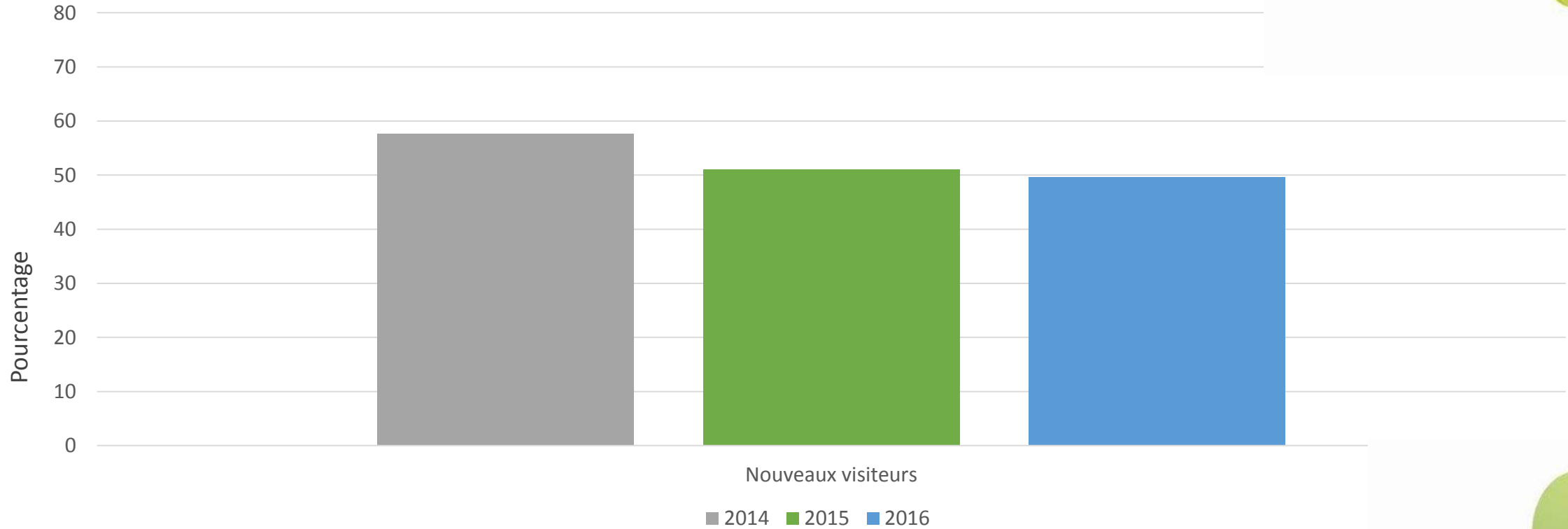
Origine géographique du visiteur



	2014	2015	2016
Doubs	65,2	63,3	48,3
Jura	15,2	10,2	14,8
Haute-Saône	13	12,9	19,5
Territoire de Belfort	2,2	4,1	9,4
Autres	4,3	9,5	8,1

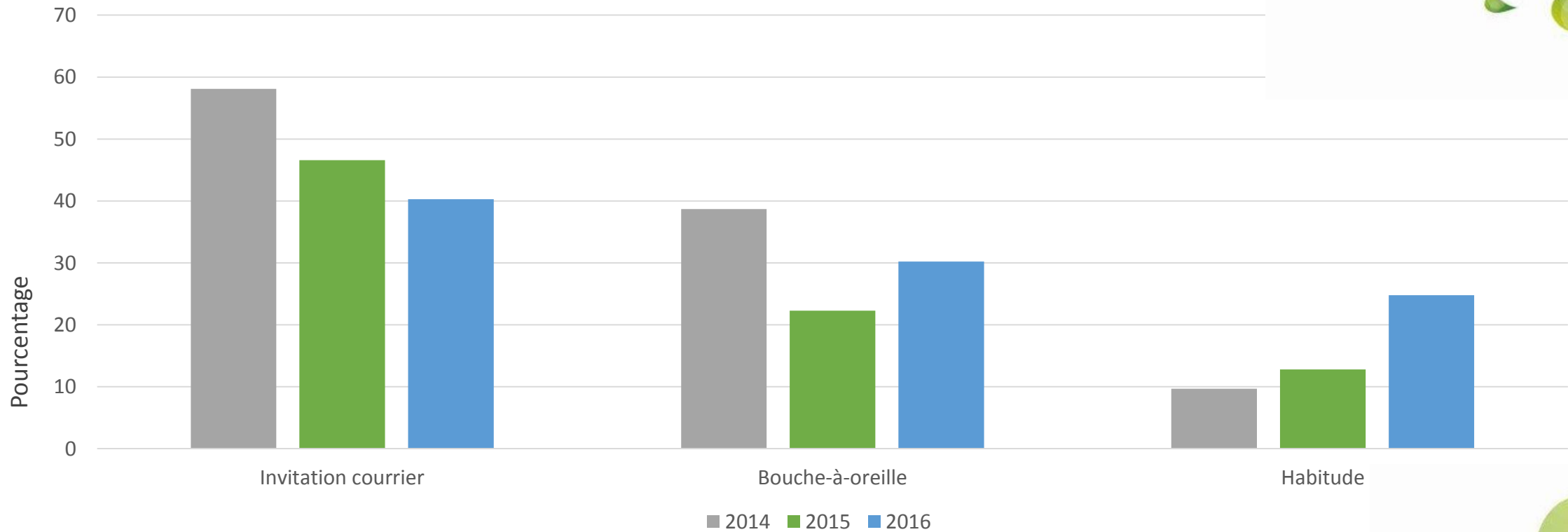
PARTICIPATION

Part de nouveaux visiteurs



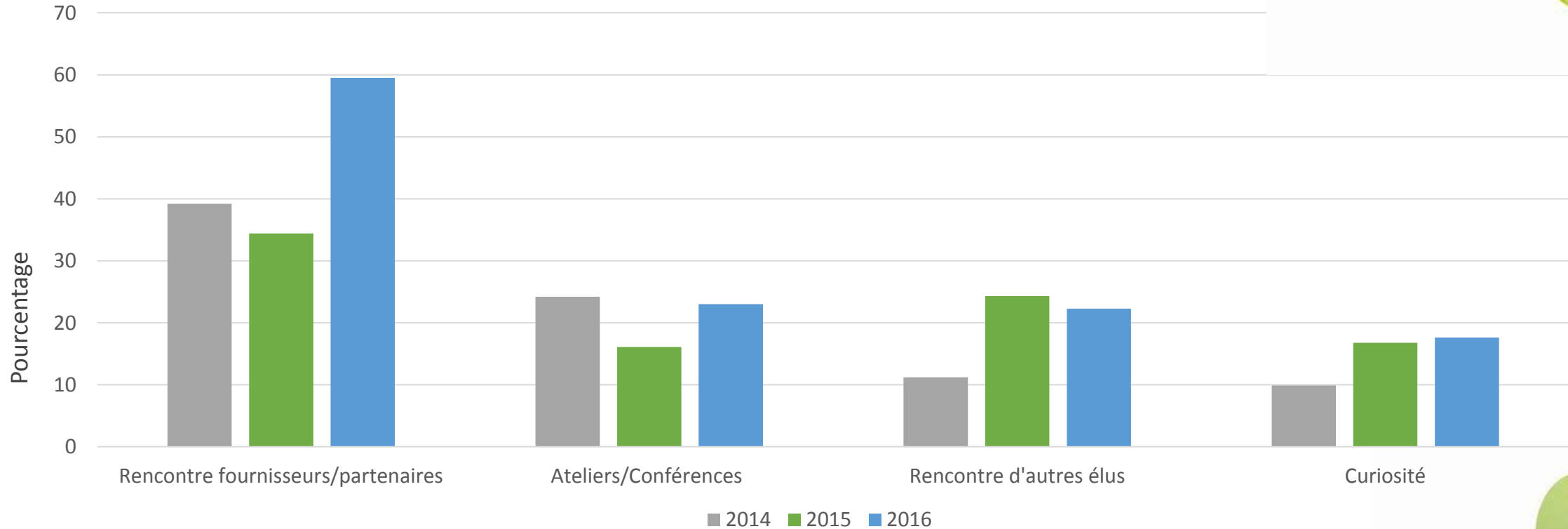
	2014	2015	2016
Nouveaux visiteurs	57,6	51	49,7

Moyen de connaissance de l'évènement



	2014	2015	2016
Invitation courrier	58,1	46,6	40,3
Bouche-à-oreille	38,7	22,3	30,2
Habitude	9,7	12,8	24,8

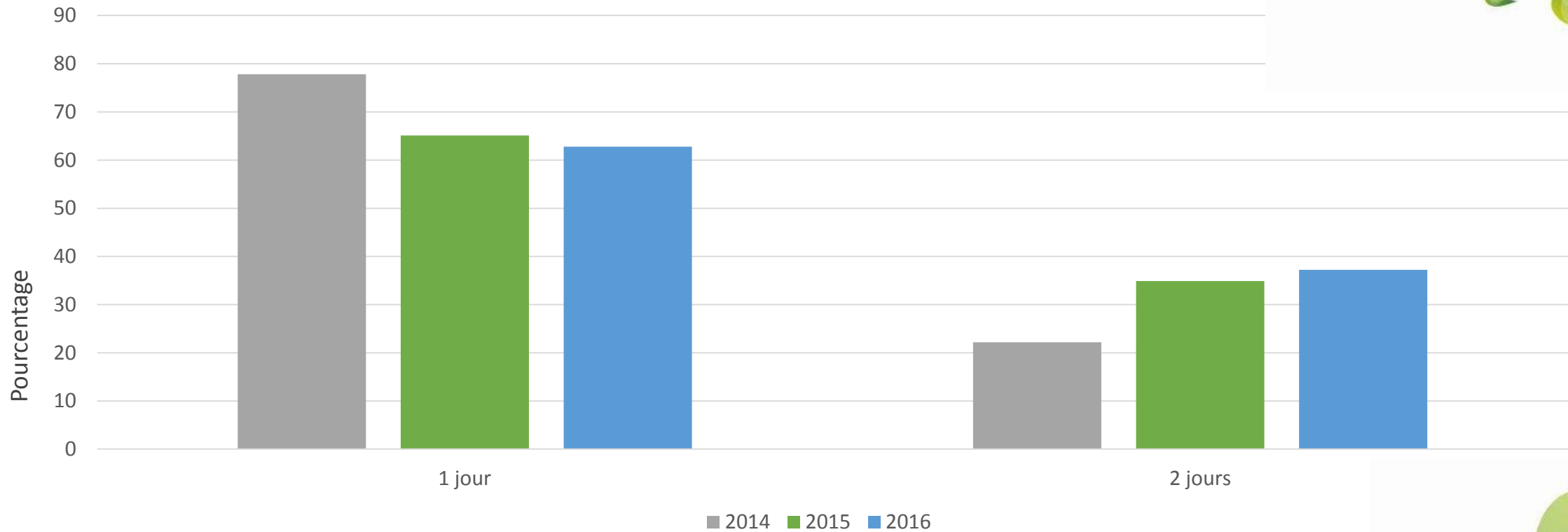
Objectif de la visite



	2014	2015	2016
Rencontre fournisseurs/partenaires	39,2	34,4	59,5
Ateliers/Conférences	24,2	16,1	23
Rencontre d'autres élus	11,2	24,3	22,3
Curiosité	9,9	16,8	17,6

PARTICIPATION

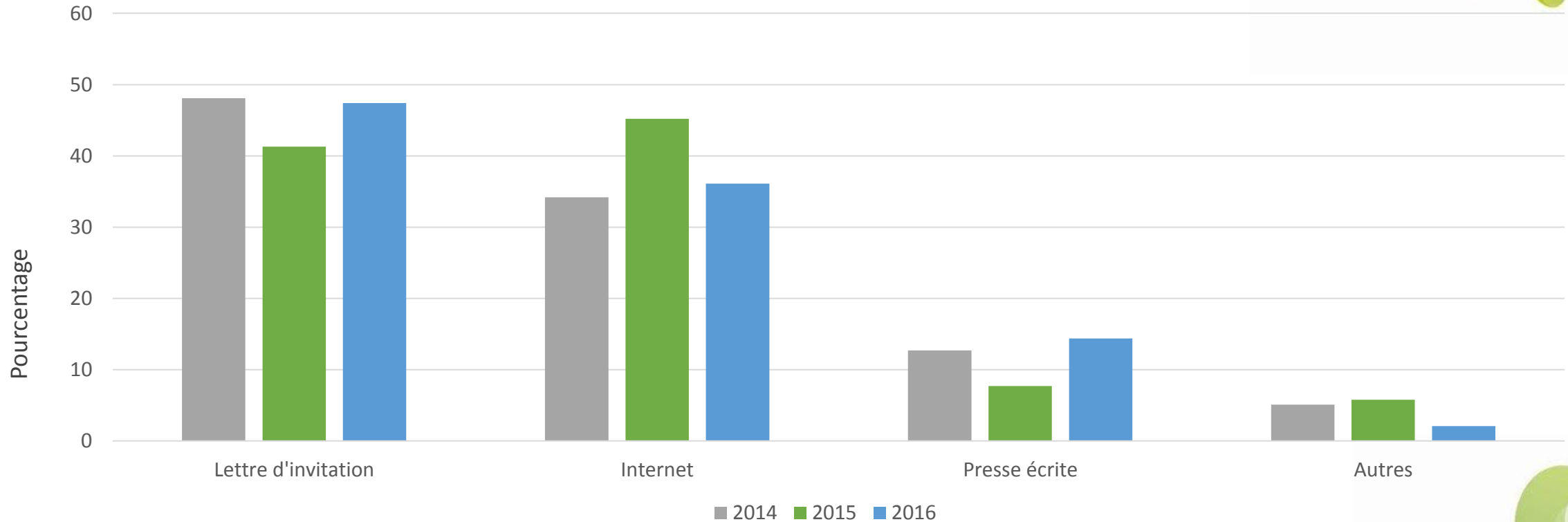
Durée de l'inscription



	2014	2015	2016
1 jour	77,8	65,1	62,8
2 jours	22,2	34,9	37,2

60 % des interrogées restent plus de 3heures dans le salon

Moyen de connaissance du programme



	2014	2015	2016
Lettre d'invitation	48,1	41,3	47,4
Internet	34,2	45,2	36,1
Presse écrite	12,7	7,7	14,4
Autres	5,1	5,8	2,1



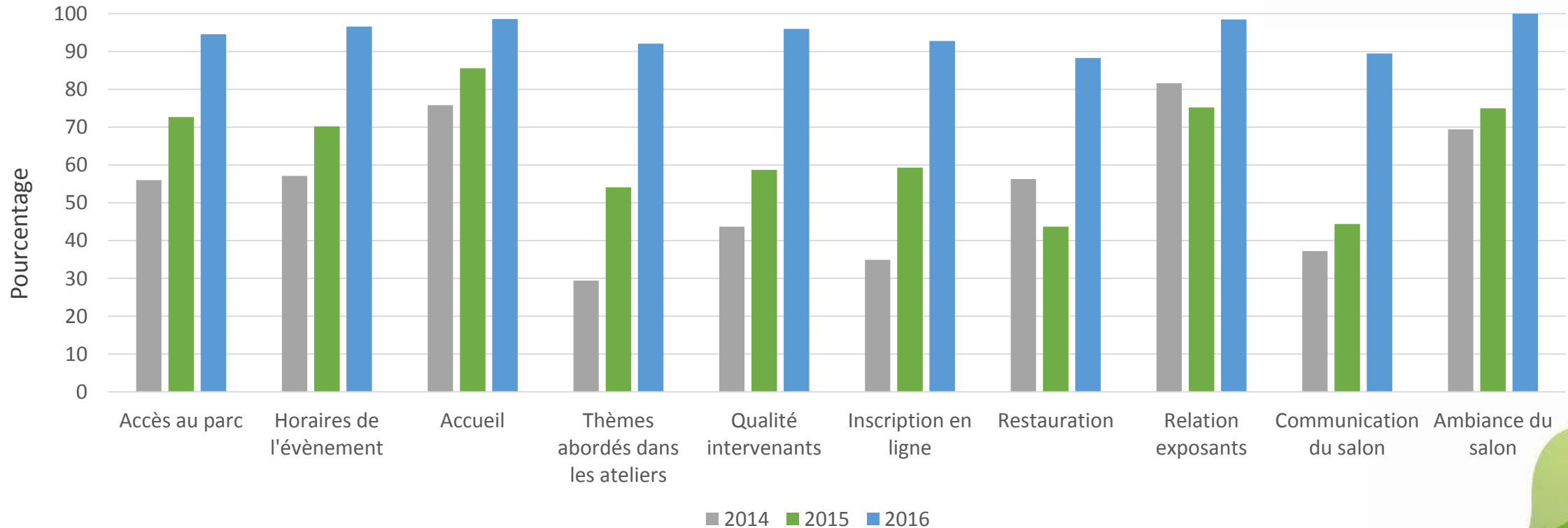
Thème de la prochaine édition

- L'écologie - environnement (10,7%)
- Le changement climatique (7,2 %)
- Usages numériques et les réseaux (7,2%)
- Energies renouvelables (3,6%)
- Assainissement (3,6%)
- Les collectivités (3,6%)
- Je ne sais pas (40%)

-> OBJECTIF L'ANNEE PROCHAINE -> Donner des thèmes prédéfinis afin de guider un maximum les réponses des participants



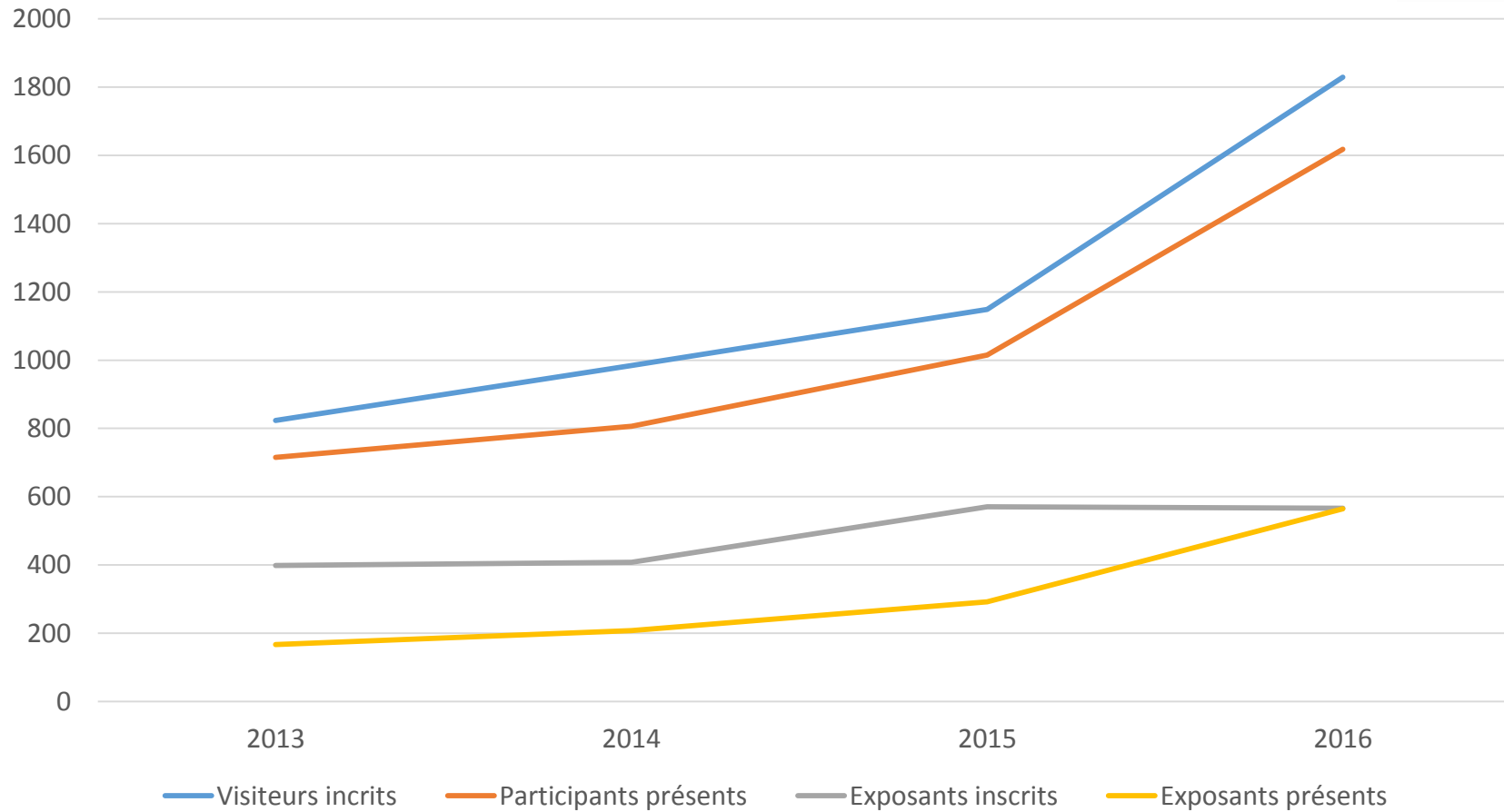
Satisfaction des services proposés – *Satisfait et plutôt satisfait*



80,6 % des interrogées donnent une note entre 8 et 10 à l'évènement

PARTICIPATION

Evolution du nombre d'inscriptions et de présence



SALON

➤ Compte-rendu et analyse de participation / évolution du nombre et de la typologie des exposants

Edition 2016

- 100 exposants contre 83 l'année dernière soit **+20%** (refus de 5/6 entreprises car faute de place)
- 950 m² nets exploités en intérieur
- **Nouveauté** : 523 m² en extérieur
- Evolution appréciée d'un regroupement géographique des stands FRTP - Association des Maires - Partenaires Prémium sur îlot central - sociétés TP)

SALON

➤ Présentation de l'enquête de satisfaction exposants

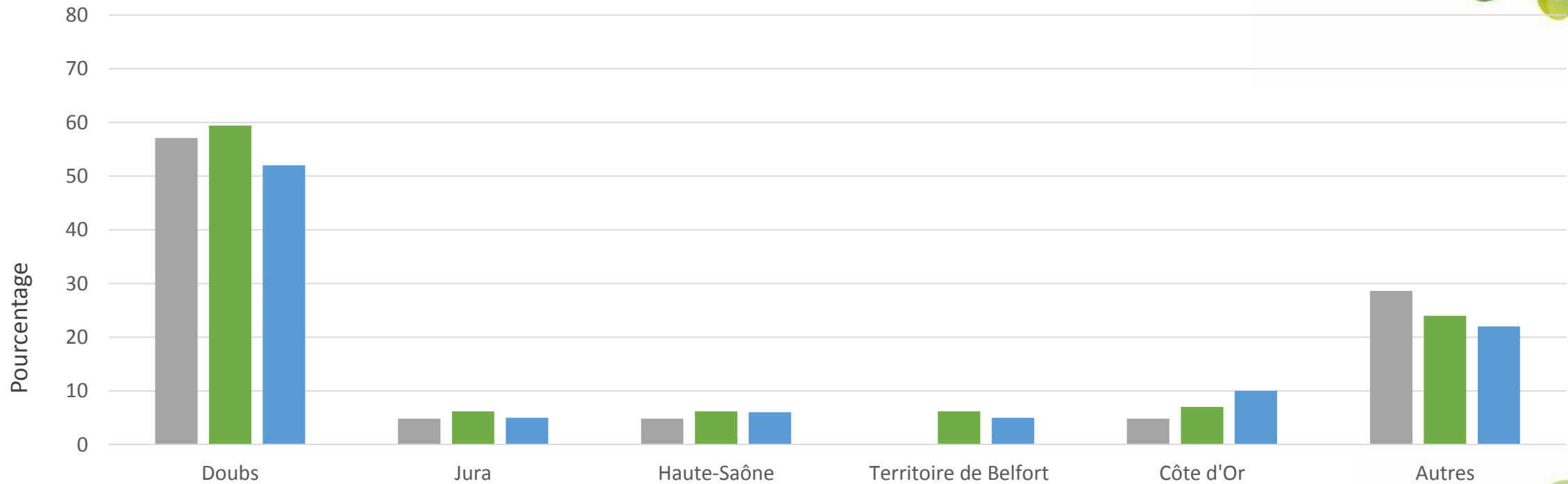
➤ 36 réponses

SALON

Edition 2016

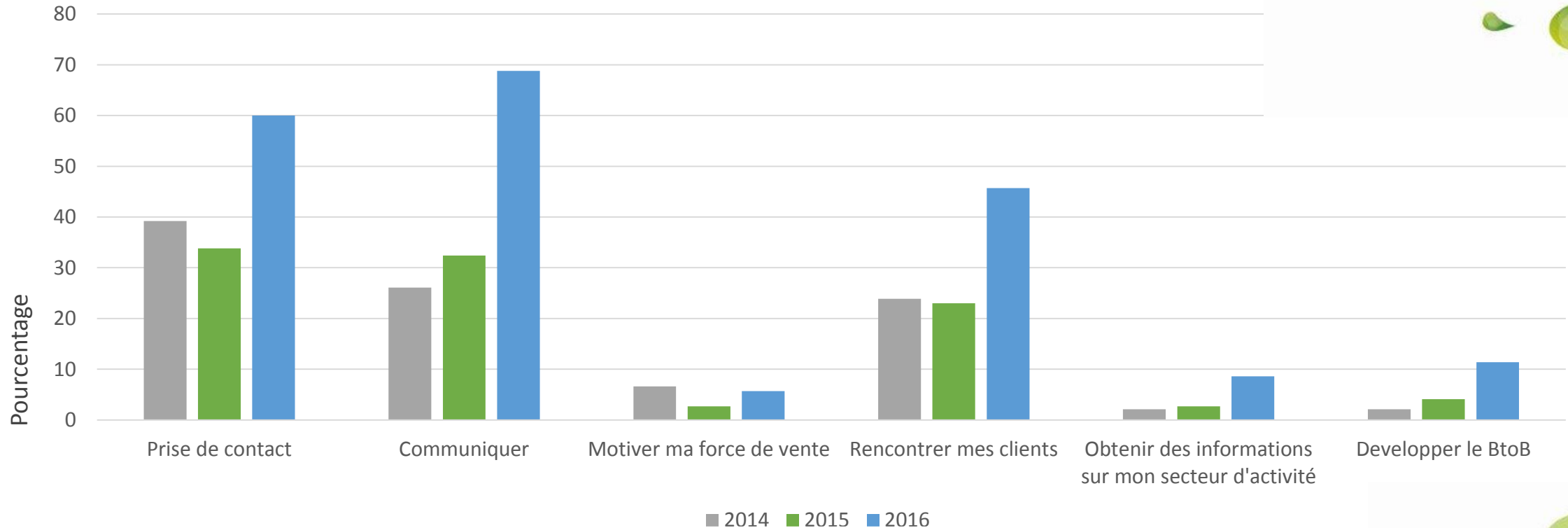
- Critères du choix de participation au Carrefour : (ordre décroissant des réponses)
 1. La réputation du salon & Le visitorat en terme qualitatif
 2. Prospection commerciale dans la zone Est
 3. Salon initié par le Cluster et la FRTP – Présence des confrères – Le visitorat en terme quantitatif

Origine géographique des sociétés exposantes



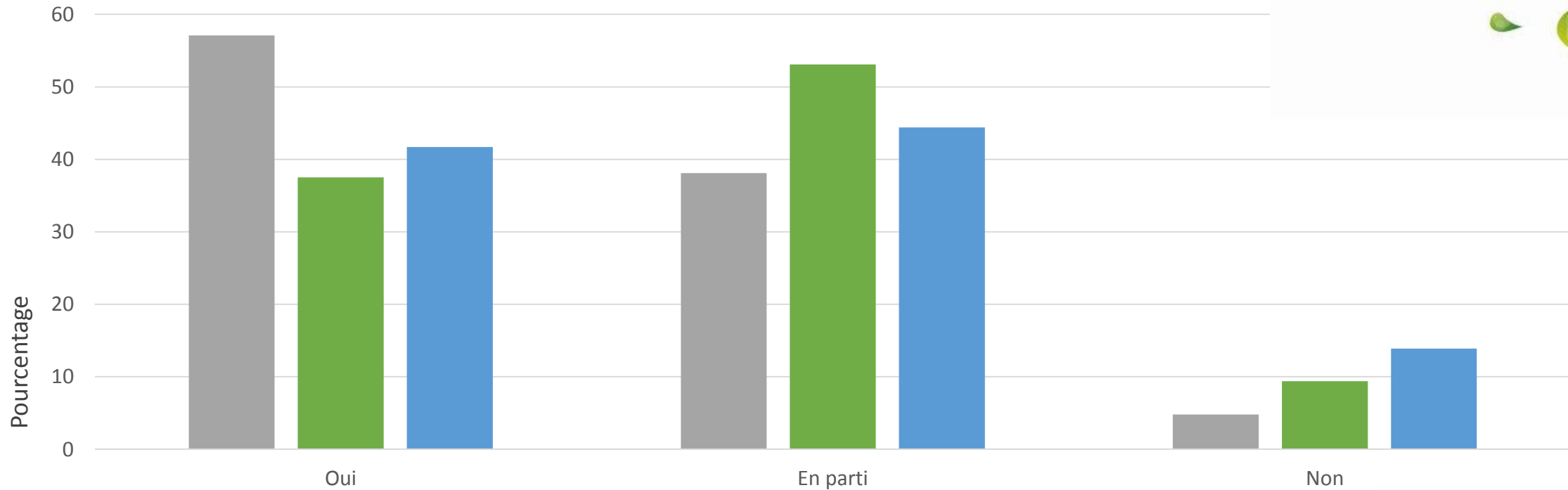
	2014	2015	2016
Doubs	57,10	59,4	52
Jura	4,8	6,2	5
Haute-Saône	4,8	6,2	6
Territoire de Belfort	0	6,2	5
Côte d'Or	4,8	7	10
Autres	28,6	24	22

Objectif de participation



	2014	2015	2016
Prise de contact	39,2	33,8	60
Communiquer	26,1	32,4	68,8
Motiver ma force de vente	6,6	2,7	5,7
Rencontrer mes clients	23,9	23	45,7
Obtenir des informations sur mon secteur d'activité	2,1	2,7	8,6
Développer le B to B	2,1	4,1	11,4

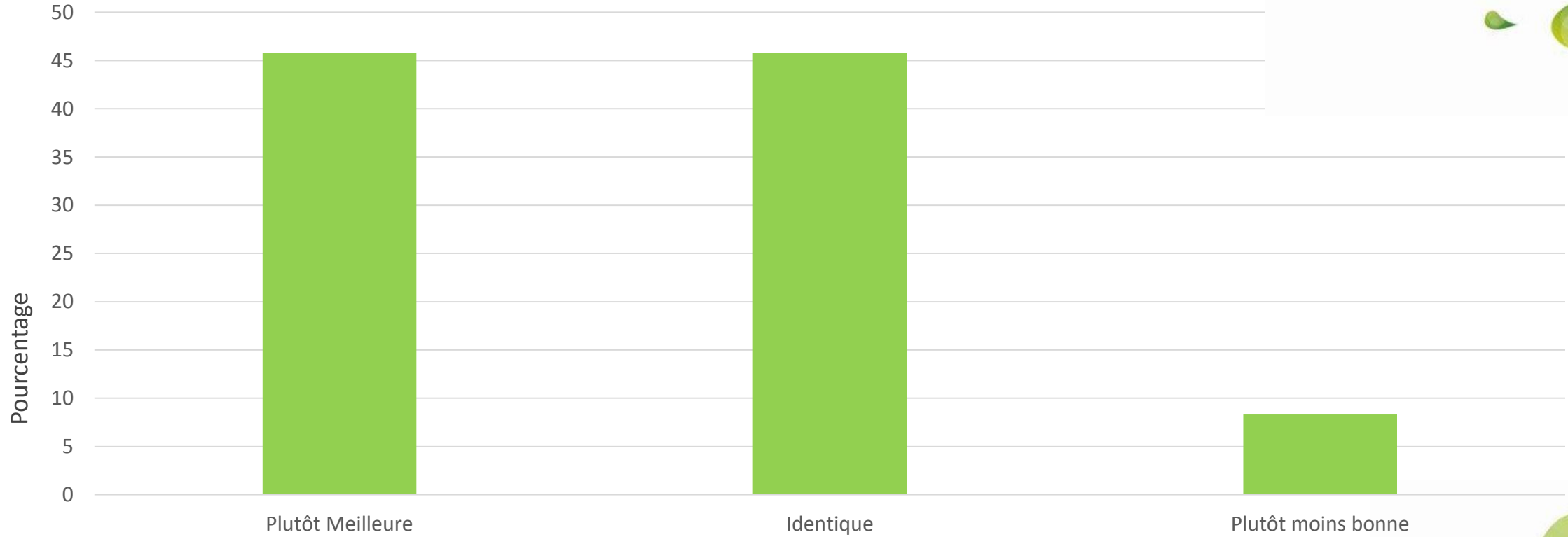
Atteinte des objectifs



	2014	2015	2016
OUI	57,1	37,5	41,7
EN PARTIE	38,1	53,1	44,4
NON	4,8	9,4	13,9

Raisons des non-atteintes des objectifs citées : vacances scolaires, moins de fréquentation des élus, pas de contacts directs.

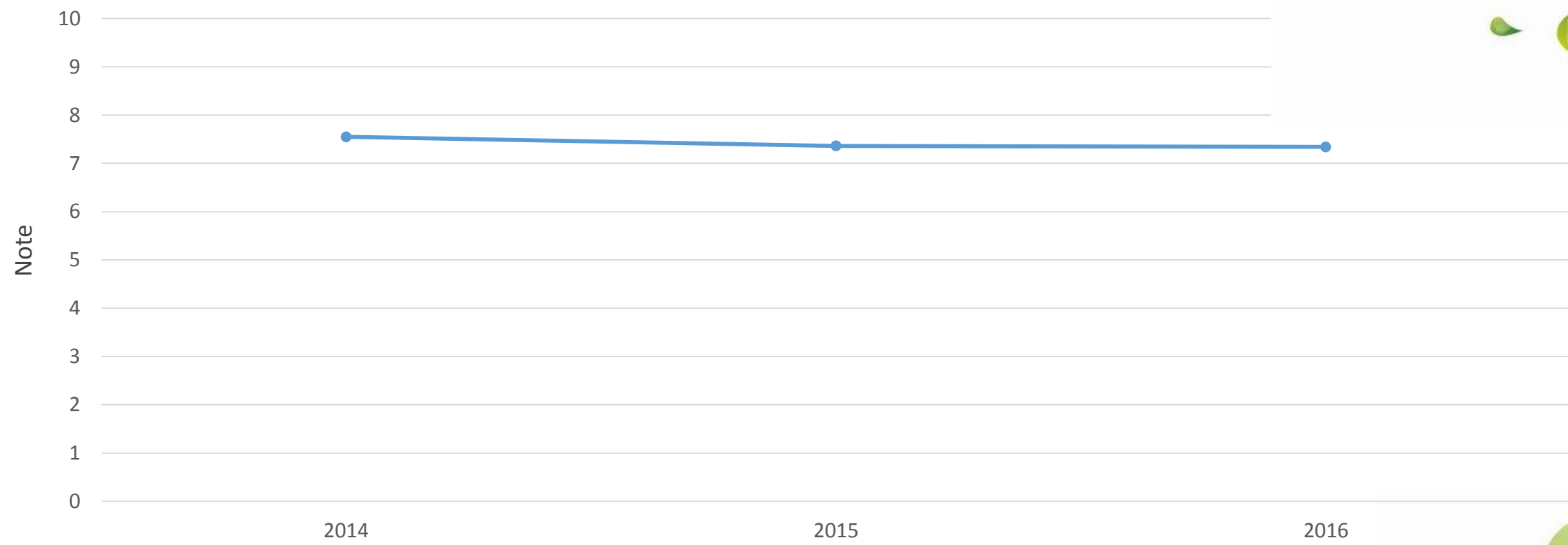
Comparatif Edition 2016 / 2015



	2016
Plutôt meilleure	45,8
Identique	45,8
Plutôt moins bonne	8,3

SALON

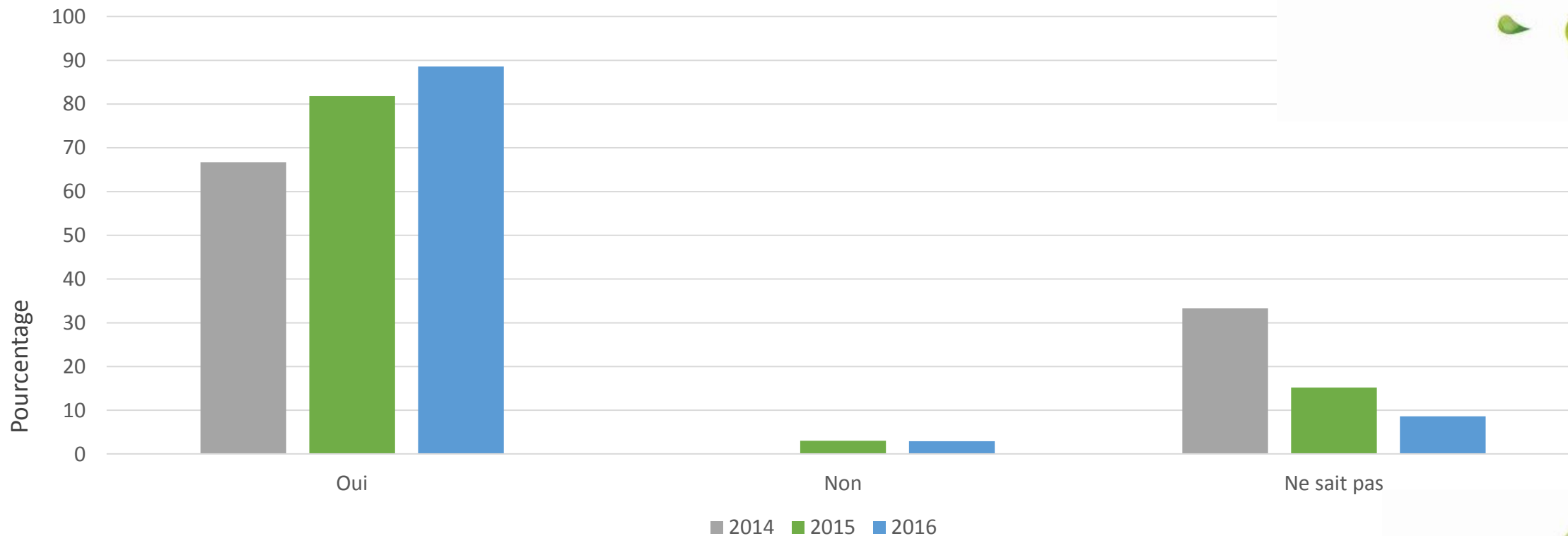
Note générale du salon



	2014	2015	2016
Note générale	7,55	7,36	7,34

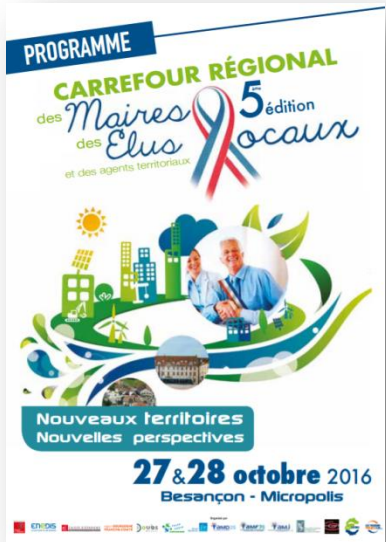
SALON

Participation à l'édition N+1



	2014	2015	2016
OUI	66,7	81,8	88,6
NON	0	3	2,9
NE SE PRONONCE PAS	33,3	15,2	8,6

COMMUNICATION



- **Pré-invitation :**
2818 contacts
- **Invitation Programme :**
5000 exemplaires
(2818 envoyées nominativement
et 2000 distribuées sur site)



- **Site Internet dédié au Carrefour :** 7218 visiteurs dont 697 générés par les Newsletter
- **5 Newsletter** envoyées à 3376 destinataires

- **Publicités Presse :** Est Républicain / Le Progrès / Publipresse / Terre de chez Nous
- **Publicités web :** Est Républicain / macommune.info / Besançon TV
- **Radio :** France Bleu Besançon

FORMAT ET THÈMES DU CARREFOUR

➤ Les thèmes des ateliers traités :

L'énergie / la commande publique / l'achat responsable / les dossiers FEADER & FEDER / le droit de préemption des communes / les réseaux de gaz et de chaleur renouvelables / les services de la Poste / l'offre de services pour les Collectivités / impacts budgétaires de la réforme territoriale / législation et usages du drone / smartgrids / la reconquête des centres bourgs / la transition énergétique / la transformation numérique du territoire / déchets inertes

- *Correspondant : Catherine Bohème Cluster Ecochantiers : aide à la construction des ateliers, à la mise en relation des partenaires et à la diffusion des informations entre les membres selon les besoins et les thèmes choisis.*