



Innover à la campagne

“ J’entreprends là où j’ai envie de vivre ”

2018-2022

5ème édition en 2023

Imaginé et conçu par



Organisé par



INNOVER À LA CAMPAGNE



milan

**La campagne bouillonne d'idées et de talents !
Avec « Innover à la campagne », nous voulons montrer qu'il est possible de créer loin des grandes métropoles, des projets innovants et pérennes dans tous les secteurs d'activité !**

*“ Notre objectif :
réconcilier l'entrepreneuriat et la
campagne.”*

Eric de Kermel, directeur de Bayard Nature et Territoires, créateur du Prix Innover à la campagne.

L'INTENTION

L'entrepreneuriat (au sens large) en milieu rural constitue une locomotive qui entraîne les différents acteurs dans une revitalisation durable des territoires, sur lesquels se recréent des liens humains, une économie réelle attachée aux atouts du territoire, des synergies et solidarités...

La ruralité est un sujet politique à part entière !

L'objectif est de montrer ce qui existe déjà dans ce sens, accompagner les projets et susciter des vocations en donnant l'idée à des créateurs de s'y installer. Cette initiative a permis de mettre en lumière des porteurs de projet dynamiques via un événement de remise des prix. L'ambition aujourd'hui est d'aller plus loin en développant un réseau, en

proposant des conférences ouvertes à tous et des outils communautaires. Au fil des saisons, le Prix Innover à la campagne gagne en notoriété, assoit son image d'événement référent dans le domaine et crée une véritable communauté de soutien, d'échanges et de synergies.

La quatrième édition du prix s'est déroulée au mois de novembre 2022.

LA GÉNÈSE

Cette initiative est née de la rencontre entre Éric de Kermel, directeur de Bayard Nature et Territoires et Guillaume de Rouville, président-fondateur de Better Life Factory (BLF), accélérateur d'entreprises innovantes basé à Uzès.

C'est à la lecture d'un article sur BLF, dont le slogan est « J'entreprends là où j'ai envie de vivre » qu'Eric prend contact avec Guillaume. « *Je lui ai proposé de monter un prix, c'est le meilleur moyen d'attirer les médias sur les entrepreneurs ruraux.* »

LES DATES CLEFS 2023

15 MAI AU 3 SEPTEMBRE

L'appel à candidature
Les candidatures sont à déposer directement en ligne sur :
innoveralacampagne.fr

DÉBUT OCTOBRE

L'annonce des nominés sur notre site internet, sur nos réseaux sociaux et ceux de nos partenaires et dans la presse.

LES 26 ET 27 OCTOBRE

Les nominés pitchent leur projet et le jury sélectionne les lauréats à l'issue de deux jours d'échanges au Pont du Gard.

LES PARTENAIRES

Depuis sa première édition en 2018, initiée par Milan Presse et BLF, le prix est soutenu par de nombreux partenaires.

Chaque partenaire apporte son expérience sur ses thématiques privilégiées. Des jeunes agriculteurs à la préservation des savoir-faire, l'innovation en milieu rural nous concerne tous.

Tous les partenaires sont conviés aux différents événements liés au prix et font partie du comité de pilotage. Ils contribuent ainsi à faire vivre la communauté. C'est ensemble, grâce à nos partenaires, que nous pouvons développer le prix Innover à la campagne, un peu plus chaque année.



Témoignage de Julien Tuffery sur les enjeux de l'entrepreneuriat et de l'innovation en milieu rural.

PARTENAIRES



TERRE & FILS



Fonds des Célestins
Fonds de dotation



Capital

LA CROIX

Bretagne
MAGAZINE

Alpes
magazine
L'ESPRIT MONTAGNE

PYRÉNÉES
MAGAZINE



MODE DE FONCTIONNEMENT

Innover à la campagne comporte plusieurs catégories de prix : des prix thématiques, un Grand Prix, un Prix Coup de cœur du jury, mais au-delà des prix, il contribue à développer une communauté d'entrepreneurs et de partenaires active toute l'année.

Quelles sont les étapes du prix ?

Le prix se déroule sur six mois de l'appel à candidature jusqu'à la cérémonie de remise des prix. Mais c'est toute l'année que la communauté Innover à la campagne est active ! Des relations presse aux rencontres en présentiel en passant par les échanges virtuels, Innover à la campagne se construit aussi hors de la cérémonie. Avec déjà quatre éditions, le mode de fonctionnement est aujourd'hui ancré et s'améliore chaque année pour gagner en efficacité.



1

L'appel à candidature

Du printemps à la rentrée, les candidats ont la possibilité de déposer leur dossier sur le site Innoveralacampagne.fr. Durant cette période, c'est la mobilisation des partenaires, les relations presse et le travail de réseau de la communauté qui permet au prix d'être connu des entrepreneurs ruraux. C'est grâce à ce travail que la quantité, mais aussi la qualité des dossiers est en hausse chaque année.

2

La cérémonie

Durant l'appel à candidature, les membres du comité de pilotage, composé des partenaires et organisateurs, statuent ensemble sur le fond et la forme que prendra la cérémonie : choix du Grand Témoin (Julien Tuffery en 2022), ateliers, moment d'échange et de convivialité... L'équipe opérationnelle prend ensuite le relais sur l'organisation et propose aux partenaires une présélection de candidats. À l'automne, les nominés pitchent leur projet. Le jury détermine alors les lauréats de chaque prix.

3

La communauté

Une fois les lauréats de l'année dévoilés, l'ensemble de l'équipe Innover à la campagne continue de se réunir afin d'assurer le mentorat des lauréats, de renforcer le réseau, d'échanger sur les thématiques communes voire même signer de nouveaux partenariats. Tout au long de l'année, l'équipe organisatrice, épaulée par le comité de pilotage, anime la communauté et gère les retombées du prix pour les candidats comme pour les partenaires.

LES LAURÉATS



En 2022, parmi les 185 dossiers déposés, tous ont fait l'objet d'une étude attentive avec une attention portée sur l'innovation, l'inclusion, l'invention de solutions humaines ou techniques. Les prix attribués rendent compte de cette diversité ainsi que du dynamisme des équipes de collaborateurs et des dirigeants de ces entreprises.

Ainsi, dans deux domaines très différents, Nereus et la Maison Emile Auté ont attiré l'attention du jury et leur succès ne s'est depuis pas démenti.

Nereus Le Pouget - Hérault (34)

L'entreprise :

« NEREUS c'est l'histoire d'un professionnel de l'eau passionné par son métier qui s'aperçoit que certains besoins sur le marché ne sont pas satisfaits et notamment ceux liés à la prise en charge des boues de méthanisation dans le domaine du biogaz. Il s'entoure d'autres passionnés et a l'audace de créer, en France et dans un territoire rural mais dynamique, une entreprise industrielle, à l'heure où l'industrie se délocalise.

L'histoire d'une start-up innovante dans laquelle trois collaborateurs passionnés s'engagent et font progresser l'entreprise, le procédé et les innovations. Dix ans plus tard, NEREUS est reconnu comme un acteur majeur de l'eau en France et dans les DOM-TOM.* »

C'est l'histoire d'une entreprise qui compte aujourd'hui plus de 30 collaborateurs et apprentis et qui a fait le choix raisonné de s'implanter hors des grandes villes. Choix du cadre, maîtrise de son développement, dans une région où l'eau est au cœur des préoccupations.

« Nous avons choisi de nous localiser au Pouget car la région Occitanie est très dynamique dans le domaine de l'eau (cluster Aquavalley, fabricants locaux de membranes utilisées par NEREUS). Notre localité présente l'avantage d'un faible coût foncier mais est extrêmement bien desservie. Elle attire des salariés à la recherche de la nature et d'un cadre de vie serein. Elle se trouve entre deux grandes villes, Béziers et Montpellier. Nous avons intégré une pépinière d'entreprises très dynamique qui nous a offert l'opportunité durant nos premières années de bénéficier d'un atelier de fabrication à coût maîtrisé.* »



Fabrice Verdier, Conseiller Régional et Président de la CCPU, remet le Prix spécial de la Région Occitanie à Emmanuel Trouvé, dirigeant et fondateur de Nereus.

LES LAURÉATS

Maison Emile Auté Sargé-sur-Braye et Sibiril - 41 et 29

L'entreprise :

« Émile Auté (Xavier Moisy) restaurateur de profession et artiste plasticien a développé plusieurs concepts d'établissements dont le Cognac Cocktail Club. C'est en réalisant des recherches d'infusions au thé Earl Grey pour composer des recettes de cocktails que l'évidente incohérence des grandes marques de thé est apparue : des thés aux fruits sans de réels fruits dans leur composition. Les fondements de la maison Émile Auté viennent de ce constat et débute en 2015 dans la cuisine familiale en déshydratant fruits, fleurs et baies en les mélangeant à des thés bio. Sept ans plus tard, ce sont 140 points de vente, neuf tonnes de matières traitées artisanalement dans nos ateliers et coins jardins de thé en France pour un total de 35000 théiers plantés ce qui nous amène en position de leader sur ce segment. Aujourd'hui les plus grands chefs étoilés de France utilisent les produits de la Maison Émile Auté *»

Cette détermination permet aujourd'hui à la Maison Emile Auté de revendiquer la production d'un thé de haute qualité, mais aussi d'offrir des revenus complémentaires à des agriculteurs et producteurs de plantes aromatiques, d'accompagner des producteurs en cours d'installation en Bretagne, Normandie, Dordogne, Pays Basque... Et donc de réduire l'impact du transport de matières premières en favorisant le développement de la filière du thé français.

La Maison Emile Auté son choix de développement rural :

« Nous favorisons l'inclusion sociale de travailleurs handicapés dans nos ateliers de production. Nos méthodes respectent les sols et le vivant en s'inspirant de la permaculture, de l'agroforesterie... Nous accueillons sur nos sites artistes et paysans afin de faire naître idées et projets. Nous participons à la présentation de la race ancienne de chèvre des fossés dont le lait est utilisé dans la fabrication du thé du Perche par imprégnation à la vapeur et sont utiles en écopâturage dans un site naturel classé. De même, nous valorisons le lait des vaches percheronnes relancées par un groupe d'éleveurs passionnés sous l'impulsion du chef étoilé Guillaume Foucault. *»



Eric Adam, Directeur des relations institutionnelles de Carrefour, remet le Prix partenarial Carrefour et Jeunes Agriculteurs à Xavier Moisy, dirigeant et fondateur de Maison Emile Auté.

**Retrouvez tous les lauréats 2022 sur
innoveralacampagne.fr**



***extraits des dossiers de candidature**

LE JURY

Un jury prestigieux, engagé depuis plusieurs années, des personnalités aux sensibilités complémentaires.

Le jury est mobilisé deux jours au Pont-du-Gard pour écouter les pitches des nominés, rencontrer les autres membres du jury, échanger avec les nominés et délibérer avec ses pairs.

Les membres du jury 2022

JEAN-SÉBASTIEN DECAUX

Président-fondateur de Terre & Fils

LAURENT VALLÉE

Secrétaire général du Groupe Carrefour

PATRICIA LEXCELLENT

Déléguée Générale Initiative France

FRANÇOIS LEMARCHAND

Fondateur de Nature et Découvertes

MICHEL GROS

Vice-président de la Fédération des Parcs Naturels Régionaux



JACQUES GAILLARD

Président-Fondateur du Fonds des Célestins et de la Fondation d'entreprise Artelia

BRUNO DECLAIRIEUX

Journaliste chef de service Capital Prisma Presse

ERIC DE KERMEL

Directeur de Bayard Nature & Territoires (Milan Presse), fondateur du Prix.

NATHALIE VILLARD

Journaliste économique Les Échos Week-end

“ C’est frais, punchy, humain, agricole, technologique, et c’est sincère. Il y a de l’innovation qui se cache partout. C’est bluffant ! ”

Julien Tuffery, Directeur Atelier Tuffery, Président du Jury 2022



Le Prix en vidéo sur
[innovalacampagne.fr](https://www.innovalacampagne.fr)

L'ÉQUIPE OPÉRATIONNELLE



Imaginé et conçu par



Milan Presse et Better Life Factory - Créateur et organisateur du Prix depuis 2018.

Fondateurs du Prix, ils accompagnent l'équipe opérationnelle depuis 2018. C'est l'intuition de Milan Presse et BLF, représentées par Eric de Kermel et Guillaume de Rouville, qui a permis au Prix de voir le jour et de soutenir des dizaines de projets depuis sa création. Témoins privilégiés du caractère innovant des entrepreneurs de l'Uzège, ils décident d'encourager ces dynamiques territoriales à l'échelle nationale. Ils créent ainsi le Prix Innover à la campagne qui fut le point de départ d'une initiative qui, chaque année, prend de l'ampleur.

ICI.l'Agence – coordination générale, marketing et communication, propulsée par le Tiers-lieu le 21.

L'agence est experte dans l'organisation et le suivi de projets territoriaux, particulièrement dans les territoires ruraux.

Ainsi au-delà de l'organisation du prix lui-même, Olivier, Léonie, Marie, Jessica, Garance, pensent tous les contenus comme transférables et valorisables entre les éditions pour les partenaires comme pour les candidats.

Ces experts de la communication 360°, passés par des structures métropolitaines de communication classique ou nouveaux médias, de marketing et d'influence, ont fait le choix de la communication locale tournée vers les projets nés et grandis à la campagne.

Raconter les histoires des territoires qui sont façonnés par les projets innovants, les initiatives collectives et les regroupements de bonnes volontés, font le sel de l'activité de cette agence d'un genre nouveau.

Organisé par



ZOOM SUR L'ÉDITION 2022

Lors de sa quatrième édition, le prix a bénéficié d'une couverture médiatique plus importante grâce à une équipe renforcée et des outils optimisés.

RÉSEAUX SOCIAUX : FACEBOOK

En 2021

29 K
VUES



En 2022

125 K
VUES

RÉSEAUX SOCIAUX : LINKEDIN

40 %
d'engagement
supplémentaires



taux d'impression X 5

CANDIDATURES

30 %
candidatures
sur les réseaux sociaux

11
régions représentées
sur 13

COUVERTURE PRESSE

50
retombées presse générées
par l'événement

92 %
de candidatures
éligibles en 2023
contre
64 %
en 2022.

40 %
de candidatures
féminines
(contre 30% à l'échelle
nationale)



Retrouvez toutes les ressources de l'édition sur innoveralacampagne.fr ou icilagence.fr
(photo, vidéo, revue presse etc.)

RELATIONS MÉDIAS

“ Créativité partagée, nouveaux partenariats, échanges de contacts presse et pro, nous avons fait des rencontres formidables... Sur notre territoire, les relais presse ont très bien fonctionné, particulièrement au niveau des institutionnels (région, département, CCI, chambre d’agriculture). Longue vie à Innover à la campagne. ”

Vincent Simon, créateur de Des poules et des vignes.



Pour 2022, ce sont plus de 50 publications relayées dans la presse sur le Prix Innover à la campagne et ses lauréats. De la presse digitale à la PQR, le prix fait parler de lui en articles, podcasts, vidéos, etc.

Depuis le lancement, et bien après la remise des prix, différents médias se sont emparés du sujet afin de mettre en lumière cette initiative. Chaque année les parutions gagnent en qualité et les médias relais en diversité, permettant au prix une couverture à la fois nationale et territoriale. Voici un aperçu de la revue presse 2022 :

NOS PARTENAIRES PRESSE

Milan Presse, La Croix, Bretagne Magazine, Alpes Magazine, Pyrénées Magazine, Capital

COUVERTURE PQR

Midi Libre, Le Dauphiné Libéré, Le Progrès, Le Républicain,...

ÉMISSIONS RADIO

Radio Fuze, RCF, CNRA

DIFFUSIONS VIDÉOS

France 3, Smart Impact

PRESSE NUMÉRIQUE

Objectif Gard, Le Kiosque, Hérault Tribune, Actu.fr, la Voix du Nord,...

Retrouvez plus de détails sur la campagne de relations presse de l'édition 2022 sur innoveralacampagne.fr ou icilagence.fr



VISION LONG TERME

Si l'édition 2023 initie certaines démarches (consolidation de la communauté, stratégie éditoriale, restructuration...), à long terme l'objectif sera de renforcer ces éléments et de réaliser des adaptations si nécessaire dans un processus d'amélioration continue.

AUGMENTER

Le nombre de participants

Du public, aux candidats, en passant par les membres de la communauté, leur nombre croissant illustre le succès d'une édition. Leur augmentation représente un enjeu fort pour l'avenir du prix et impacte directement la valeur perçue par les parties prenantes.

L'impact médiatique

Que ce soit en ligne ou dans la presse, la couverture et l'engagement sont des statistiques que l'équipe surveille avec attention. En jouant sur ces variables, c'est l'ensemble des composantes du prix qui est impacté (valeur perçue, nombre et qualité des candidatures, attrait du grand public, partenaires potentiels, etc.)

DIVERSIFIER

L'objectif d'Innover à la campagne est d'encourager et de soutenir les entrepreneurs et l'innovation en milieu rural. L'organisation d'un prix les récompensant n'est qu'une première étape et sera suivie à plus long terme par de nombreuses initiatives permettant l'émergence ou la consolidation de projets à la campagne. Aujourd'hui centré autour de la cérémonie de remise des prix, Innover à la campagne doit à terme multiplier les rencontres (et restructurer l'existant) car la valeur perçue du prix par les candidats et les partenaires réside aussi dans ces moments d'échanges.

Parmi les projets évoqués, la labellisation, l'incubation ou encore l'événementiel professionnel pourraient s'ajouter au prix Innover à la campagne.

AMÉLIORER

À chaque édition, l'équipe recueille les témoignages des différentes parties prenantes. À ces avis, s'ajoutent ceux de professionnels externes, mais aussi ceux impliqués dans l'organisation, ou encore les membres du réseau du Tiers-Lieu 21 (organisateur du prix).

Ces précieux retours permettent de prioriser les changements à opérer dans le cadre d'un processus d'amélioration continue. Une agilité qui permet au prix de répondre à des enjeux spécifiques pour chaque édition en lien avec l'évolution de l'environnement économique et social.

À BIENTÔT DANS NOS CAMPAGNES.



CONTACT PRESSE

Olivier Ruault - 06 71 43 09 34 - olivier@innoveralacampagne.fr | contact@icilagence.fr

Léonie Uchiyama - 06 76 15 88 45 - leonie@innoveralacampagne.fr | leonie@icilagence.fr