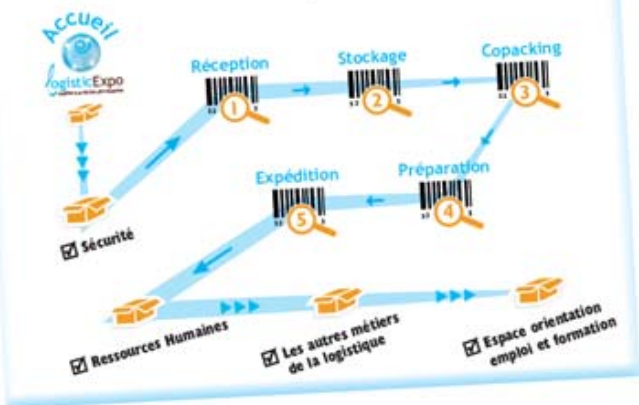


SOCIETE UTILISATRICE	
Nom de la société : (association)	Pole d'Intelligence Logistique Europe du Sud
Secteur d'activité	Logistique / développement économique territorial
Chiffre d'affaires annuel	Sans objet mais 85 adhérents, 350 professionnels, 80 rencontres/an
Effectif	2,5 ETP
Nom et fonction du représentant	
N° de téléphone	
e-mail	
SOCIETE PARTENAIRE	
Nom du partenaire	Sans objet
Nom du représentant	Sans objet
N° de téléphone	Sans objet
e-mail	Sans objet
PROJET réalisé depuis 2011	
1. Problématique	<p>70 % des entreprises logistiques rencontrent des difficultés de recrutement, en raison notamment du déficit d'image de la logistique, secteur en mal de reconnaissance, souffrant de nombreux préjugés ternissant son image. Ainsi, le Pil'es s'efforce de montrer que la logistique : c'est aussi pour les femmes, ce n'est pas uniquement les opérations de transport, c'est beaucoup de haute technologie, ce n'est pas que de la manutention, c'est une opportunité de carrière et d'évolution professionnelle.</p> <p>Pourtant créateur d'emplois non délocalisables, doté d'un ascenseur social avec ou sans diplôme, le secteur de la logistique demeure encore méconnu.</p> <p>Comment promouvoir les métiers de la logistique auprès des jeunes et demandeurs d'emploi, et valoriser les opportunités d'emploi et de parcours professionnels au sein de la filière ?</p>
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<p>Création d'un évènement appelé Logistic EXPO, le 1^{er} salon 100 % logistique dédié aux métiers, l'emploi et la formation. Créé par les entreprises du Pil'es en direction des publics scolaires et demandeurs d'emploi, Logistic Expo est un salon innovant propulsant le visiteur au cœur de l'usine logistique, et lui proposant de découvrir ou redécouvrir les métiers et savoir-faire logistiques.</p>
3. Objectif	<p>Présenter l'ensemble des métiers de la logistique (de l'opérateur au directeur) à travers tous les niveaux de diplômes (du CAP au MBA). Promouvoir ce secteur d'activité et ses savoir-faire.</p> <p>Développer l'emploi logistique sur le territoire.</p> <p>Proposer aux entreprises un espace privilégié de recrutement.</p> <p>Et enfin, créer des vocations parmi les visiteurs !</p>
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	<p>Logistic Expo est à présent organisé chaque année au sein d'une usine logistique de 6 à 9 000 m², située au cœur de l'une des 1^{ère} plateforme logistique terrestre d'Europe du Sud située en Nord Isère (38), avec 2 000 000 m² d'usines logistiques (soit près de 50 % de la logistique de Rhone-Alpes) et 14 000 emplois.</p> <p>La visite débute avant même l'arrivée sur les lieux, dès l'entrée au sein de la zone et ses usines logistiques de dernière génération, puis :</p> <p>Circuit de visite : circuit de visite d'1h30 créé pour découvrir la logistique et ses métiers à travers des ateliers interactifs animés par les logisticiens.</p> <p>Espace orientation, emploi, formation : Rencontre avec les professionnels de la logistique, de l'orientation, de l'emploi et de la formation.</p>
5. Périmètre de	Schéma du circuit de visite :

l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	 <p>Deux journées dédiées selon la cible: demandeurs d'emploi/ scolaires</p>
6. Date de mise en œuvre	3 et 5 avril 2012 pour la 1 ^{ère} édition, 16 et 18 avril 2013...
7. Durée de la mise en place	Location d'un entrepôt pendant un mois.
8. Nombre d'utilisateurs concernés	1 000 visiteurs accueillis, dont environ 530 jeunes et 480 demandeurs d'emplois 80 professionnels adhérents du Pil'es mobilisés
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	<p>Difficultés : Mobilisation des professionnels adhérents, construction d'un circuit de visite pédagogique/ludique/innovant, préparation pédagogique avec les collèges/lycées, partenariats pour financement</p> <p>Réponses : mise en place d'un groupe projet constitué d'une vingtaine d'adhérents, se réunissant 2h/mois ou plus selon les besoins, embauche d'une chargée de mission dédiée, benchmark sur les salons existants sur d'autres filières, utilisation des outils de communication existant du Pil'es, travail avec les collèges/lycées pour intégration de la visite dans les cours dispensés durant l'année, mise en place de partenariats avec les adhérents pour mise à disposition de matériel (racks, entrepôt, palettes, cartons, outils, convoyeur, films, SI, mobiliers, chariots...).</p>
10. Résultats obtenus (qualitatifs <u>et</u> quantitatifs)	1 000 visiteurs, 60 offres d'emploi pourvues, des retombées presses, 90 personnalités présentes à la clôture, intérêt des visiteurs (questionnaire à chaud et à froid). Témoignage des visiteurs sur le film Logistic EXPO : http://www.dailymotion.com/ClaireduPiles#video=xrx92
11. R.O.I. estimé	Sans objet
12. Perspectives d'évolution	1 salon / an sur chaque territoire logistique français (Sud, Nord...)
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	Un tel salon proposant au visiteur d'entrer au cœur d'une usine logistique reconstituée spécifiquement n'existait pas + professionnels
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	Notoriété et légitimité du Pil'es renforcée, rôle fédérateur du salon pour les adhérents, impact sur les visiteurs et partenaires institutionnels invités à la clôture pour visite.
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ? (Si oui, précisez)	Tri des déchets montrés en 2012, prévision d'expliquer l'éco construction des usines logistiques pour l'édition 2013.