



Kit communication locale



5 bonnes raisons d'utiliser le kit communication locale

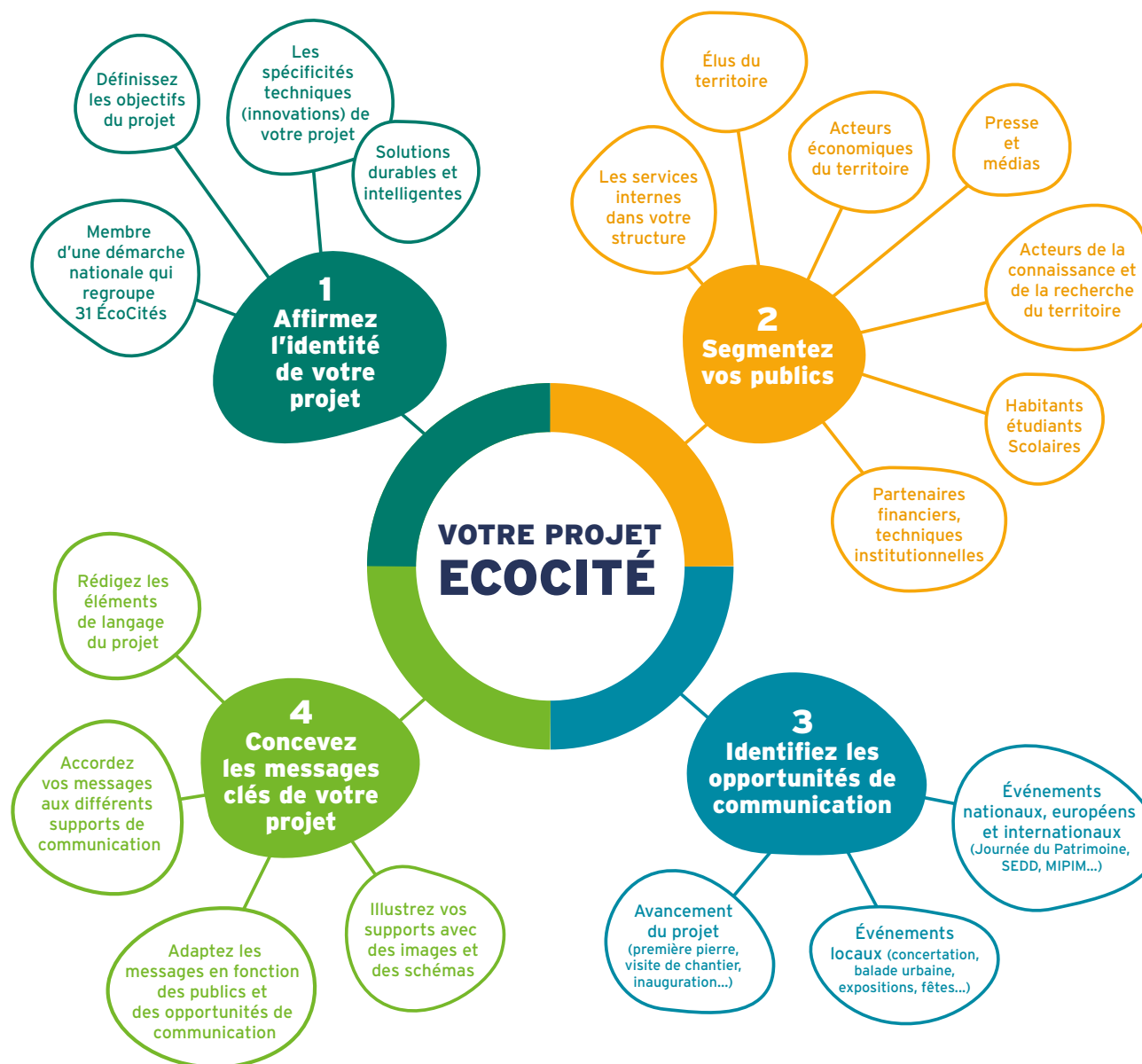
- 1 Rendre votre projet lisible et visible** en interne dans votre structure et auprès des élus
- 2 Planifier et articuler** les différents temps de communication
- 3 Bénéficier d'une dynamique** nationale et internationale forte pour faire rayonner votre territoire
- 4 Disposer d'outils de communications** très concrets pour accompagner votre projet
- 5 Fédérer des acteurs et des partenaires** qui participeront à votre projet et le feront grandir

p 4-6	Élaboration d'une stratégie de communication
p 7	Couleurs du logo ÉcoCité
p 8-10	Positionnement du logo ÉcoCité et de ses partenaires
p 11	Éléments de langage
p 12-17	Exemples de supports
	Affiche
	Flyer et plan de visite
	Carton d'invitation
	Panneau de chantier
	Palissade
	Panneau de signalisation

Comment élaborer une stratégie de communication pour valoriser vos projets ÉcoCité localement ?

Dans toutes les opérations importantes d'aménagement urbain, la communication doit viser à la fois à donner une information de proximité qui accompagne les différentes phases du projet et, dans le même temps, viser à donner une information stratégique portant une vision cohérente du projet ainsi que des améliorations et développements qu'il entraîne.

Les 4 étapes clés de ce schéma et les explications des pages 4 et 5 vous aideront à mettre en place une stratégie de communication à long terme en cohérence avec le calendrier de votre projet.



Élaborer une stratégie de communication

Ce kit s'adresse à des non-spécialistes de la communication. Pour les cas où vous êtes en position de gérer de façon autonome la communication de votre projet, il peut être utilisé comme une boîte à outil opérationnelle, simple à mettre en œuvre.

Pour les cas où la communication est gérée par une Direction ou une équipe dédiée externe à l'équipe projet, vous trouverez dans ce document des éléments qui vous permettront d'établir un dialogue sur la base d'une culture plus partagée. Il s'agit dans tous les cas de répondre à quatre questions simples.

1 Comment définir votre projet ? Affirmez l'identité de votre projet

Pour établir votre stratégie de communication, il faut en premier lieu définir les points forts et différenciants de votre projet urbain. Pour créer cette fiche d'identité, vous trouverez ci-dessous une liste non-exhaustive de questions qui vous aideront à définir au mieux votre projet :

- Quelles sont les solutions durables et intelligentes mises en œuvre dans votre projet urbain ?
- Quelles sont les démarches innovantes de votre projet ?
- Quel est le territoire occupé : une parcelle, un quartier, une commune ou une agglomération toute entière ?
- S'agit-il de logements, d'équipements collectifs, d'aménagement d'espaces publics... ?
- Quelles sont les stratégies économiques et sociales qui ont conditionné le projet ?
- Quels sont les « contenus » envisagés : création d'entreprises et d'emplois, mesures d'intégration, de formation, d'animation, de solidarité... ?
- S'agit-il d'une démarche intersectorielle, interinstitutionnelle ou interterritoriale ? Vise-t-elle le développement intégral d'un territoire urbain donné, au travers de plusieurs "sous-projets" ?
- Comment le montage financier a été réalisé ?
- Comment avez-vous programmé le phasage des travaux ?

2 À qui parler de votre projet ? Identifiez et segmentez vos publics

Si cette question peut paraître évidente, mais elle demeure néanmoins essentielle et en réalité, elle conditionnera tout le reste de votre stratégie de communication.

Vos premières cibles sont internes : les élus, les agents des collectivités.

Ils doivent connaître le projet pour se l'approprier et surtout, ne pas découvrir la communication en dernier lieu. Sur le terrain, ce sont eux qui doivent répondre aux questions des usagers et des habitants.

Il faudra ensuite identifier les relais importants : presse, associations, partenaires potentiels, acteurs économiques...

Vecteurs d'opinion, ils sont très sollicités et doivent faire l'objet d'une communication particulièrement ciblée et calibrée si vous souhaitez avoir une chance de retenir leur attention.

Les publics de proximité sont également essentiels : riverains, habitants, scolaires...

Au-delà des informations stratégiques qui portent une vision du projet, des informations pratiques seront primordiales pour ces publics : nuisances, calendrier...

C'est cette segmentation qui doit permettre à vos messages d'être plus pertinents et efficaces. En mettant en avant les messages et les angles qui résonnent auprès des interlocuteurs, vous augmentez vos chances d'être lu et compris.

3 Quand parler de votre projet ? Identifiez les opportunités de communication

Une fois vos publics identifiés, il faut trouver les meilleures opportunités pour faire passer vos messages.

Le chantier en lui-même est un enjeu de communication. La « première pierre » est souvent un moment fort de la vie institutionnelle des projets. Ils peuvent pour autant facilement, en fonction des contextes et des besoins, être étendus au grand public.

Le chantier en lui-même doit faire l'objet d'une stratégie de communication toute particulière. Par exemple, l'installation de palissades communicantes, prévue en amont, ne représente pas un surcoût très important et permet une belle efficacité avec les cibles locales.

De la même façon, les événements locaux et nationaux peuvent être l'opportunité d'entrer en contact directement avec vos publics cibles.

Que ce soit à l'occasion de visites scolaires dans le cadre de la semaine du développement durable, de balades urbaines au cours d'une concertation ou sur un stand lors du forum des associations... Votre projet gagnera toujours à être présenté sous son meilleur angle lors de ces moments clés.

Il ne faut pas non plus négliger le porte-voix représenté par le réseau ÉcoCité : que ce soit sur de grands salons (MIPIM, SIMI) ou à l'occasion d'événements nationaux, il est toujours important de bénéficier de l'effet de levier apporté par ce réseau national.

4 Comment raconter votre projet ? Concevez les messages clés de votre projet

Après avoir défini l'identité de votre projet, identifié les publics visés ainsi que les opportunités, il vous sera ensuite aisé de créer les éléments de langage et les messages appropriés en fonction des objectifs de communication ou des thématiques.

Déclinez et hiérarchisez les éléments de langage par public et par thème

Par exemple, une communication ayant pour cible les investisseurs mettra en avant le réseau ÉcoCité, l'implication de partenaires fiables et reconnus (Caisse des dépôts), les innovations techniques du projet et ses ambitions en matière d'attractivité économique.

Pour les habitants, les scientifiques, ou la presse, il faudra toujours choisir des angles spécifiques, qui donneront du « corps » à votre communication.

Rendez vos messages vivants : illustrez votre propos

Rendre le propos intelligible et désirable passe également par des visuels flatteurs : vues d'architectes quand elles sont disponibles, mais aussi illustrations et images donnent vie aux projets qui pourront parfois mettre des années à se concrétiser. Il s'agit d'un aspect à ne pas négliger.

Une fois l'ensemble de ces éléments identifiés (identité, publics cibles, opportunités de communication et messages clés), il ne restera plus qu'à les préciser dans votre stratégie de communication et d'en articuler la mise en œuvre dans votre plan de communication. Deux documents qui accompagneront votre projet tout au long de sa vie.

Vous trouvez ci-dessous les éléments de langage qui présentent en quelques lignes la démarche ÉcoCité. Vous pouvez utiliser cette présentation, en suivant les indications de ce kit, mais aussi la compléter en décrivant les points forts de votre projet et son lien avec la démarche ÉcoCité, comme nous l'avons mis en scène sur la palissade de chantier, p11.

Texte de présentation de la démarche ÉcoCité

Innover et agir en réseau pour des territoires durables

Les métropoles et agglomérations membres du réseau ÉcoCité partagent une ambition commune :

rendre les territoires urbains plus accueillants et attractifs en répondant aux défis du développement durable et de la cohésion des territoires.

Avec le soutien de l'État, en partenariat avec les acteurs privés, elles mettent en œuvre des politiques publiques innovantes pour inventer la ville de demain. Engagées dans la transition écologique, leur mobilisation collective favorise leurs démarches et projets innovants tout en bénéficiant à tous les territoires.

Qualité de l'air, gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets, mobilité et cohésion sociale, ensemble elles font émerger une nouvelle façon de concevoir, construire et gérer la ville. Une exemplarité qui valorise, à l'échelle nationale et internationale, le savoir-faire des territoires et contribue à leur attractivité.

Favorisant un développement urbain plus respectueux de l'environnement, Ville de Demain, géré par la Banque des Territoires au titre du Programme d'Investissements d'Avenir, joue un rôle clef dans la réussite de la démarche ÉcoCité en apportant un soutien financier aux projets les plus innovants et démonstrateurs.

Couleurs du logo ÉcoCité

QUADRI



C 60
M 0
J 100
N 0



C 0
M 15
J 0
N 75

RVB



R 123
V 182
B 28



R 99
V 89
B 97

PANTONES



368 C
376 U



410 C
410 U

HEXADÉCIMALES



#7ab51d



#635961

Positionnement du logo ÉcoCité

Le logo se positionne dans un bloc-marque qui est l'élément graphique indispensable à faire figurer sur tous les supports de communication lié à vos projets ÉcoCité.

Il permettra d'afficher clairement l'appartenance du projet à la démarche ÉcoCité.



Bloc-marque

Éléments de langage

Ce KIT comprend également les éléments de langage qui vous aideront à présenter la démarche ÉcoCité. Cette présentation est proposée dans différents formats, plus ou moins exhaustifs pour s'adapter à vos besoins et aux spécificités de vos projets.

Une version en langue anglaise est disponible pour les ÉcoCités qui participent à des salons internationaux (MIPIM...).



Innover et agir en réseau pour des territoires durables

Les métropoles et agglomérations membres du réseau ÉcoCité partagent une ambition commune : rendre les territoires urbains plus accueillants et attractifs en répondant aux défis du développement durable et de la cohésion des territoires.

Avec le soutien de l'État, en partenariat avec les acteurs privés, elles mettent en œuvre des politiques publiques innovantes pour inventer la ville de demain. Engagées dans la transition écologique, leur mobilisation collective favorise leurs démarches et projets innovants tout en bénéficiant à tous les territoires.

Qualité de l'air, gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets, mobilité et cohésion sociale, ensemble elles font émerger une nouvelle façon de concevoir, construire et gérer la ville. Une exemplarité qui valorise, à l'échelle nationale et internationale, le savoir-faire des territoires et contribue à leur attractivité.

Favorisant un développement urbain plus respectueux de l'environnement, Ville de Demain, géré par la Banque des Territoires au titre du Programme d'Investissements d'Avenir, joue un rôle clef dans la réussite de la démarche ÉcoCité en apportant un soutien financier aux projets les plus innovants et démonstrateurs.

www.ecocites.logement.gouv.fr


MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOLIDAIRE
MINISTÈRE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES



Éléments de langage :
présentation de la démarche

Label PIA

Il ne doit jamais être positionné au même niveau que le logo d'opérateurs ou d'entités autres. Il doit être systématiquement positionné dans la partie supérieure du document, seul et au-dessus de ceux-ci (hors cas particuliers).



Soutien de l'ADEME

Si votre projet a bénéficié de l'accompagnement ou du soutien de l'ADEME, vous pouvez positionner le logo comme indiqué sur cette page.



Bloc-marque

Affiche

A3, 40x60 cm ou 120x176 cm

À l'occasion d'événements comme les concertations, les balades urbaines, les visites de chantiers ou la semaine européenne du développement durable, une affiche permettra de signaler l'événement auprès des habitants ou d'autres publics.


Le bloc-marque en bas à gauche de l'affiche permettra de signaler l'appartenance du projet à la démarche ÉcoCité.



Flyer avec le plan de la visite

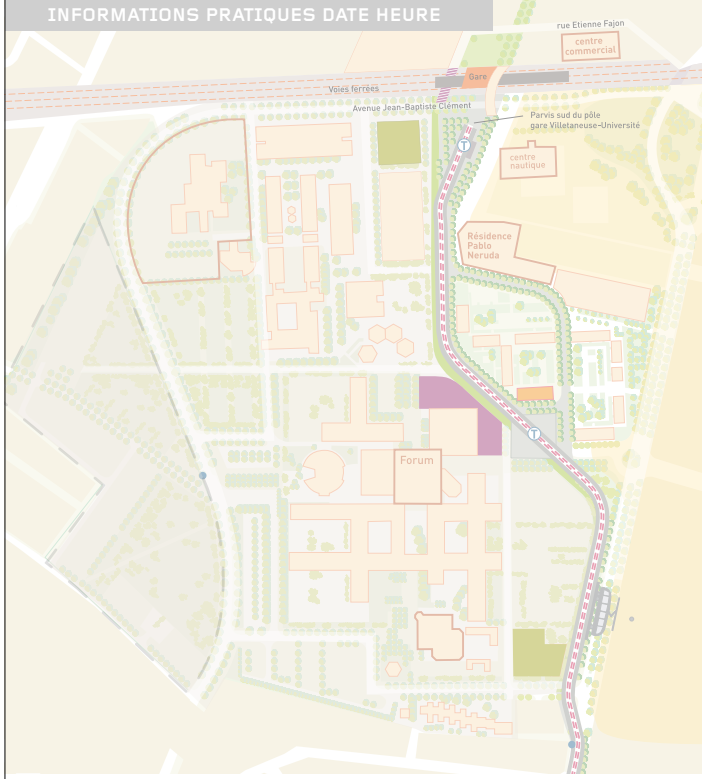
Lors des visites de chantier ou des balades urbaines, un plan détaillé du parcours facilitera la compréhension des spécificités de votre projet. Des explications techniques concernant les composantes innovantes, comme les solutions durables et intelligentes du projet pourront être détaillées sur ce document.

Une brève présentation de la démarche ÉcoCité pourra figurer au verso du plan.



Titre de la visite

INFORMATIONS PRATIQUES DATE HEURE



logo
collectivité
territoriale

logo
collectivité
territoriale

Recto

Titre de la visite

INFORMATIONS PRATIQUES DATE HEURE

Cipsam, ipicillum ist volarovit, utem nusciis ciendae sapidem volupta dolupta non coritibus rest faciisitat rerum coria se coreperio ea dollut isti ulpariat is evel expersp eratem velenihici vel moluaptur, autempore.

Cum que cullent loreped quaten audist, utenimo ea del ius, vent, sae delentur resequam et aris explab intemodit unt es imus ex excessitnihl lides-trum eari te suntia sinveniendi totateni valoritatur sumque sed quae repudae doluptam laborum aut et quoerent aut officae venihic lissimi, consecus.

Us aut et quiaero odignih

Illicimp oratur aut et, sed ex et maiorestis nusdam qui int ministis voloren et, siltus doluptatust et ut od quidel et inihl maximus mos dolupta turepudi illaturibus sum eoque si alicis es pellendae et quis et doloro bla venda nosapienda verspe lat.

>> Doluptam laborum aut et quoerent aut officae venihic lissimi, consecus. Ut ad quia vellam et valoriant.

Anderum recus el in re voluptatur?

Illic aditafendae vendigent alique erum consecat qulae venda quiae labore:

- sandae dolupta spieniet illicus, tem quo blaborit lam quo officat qui blatianse
- venis sim facidentus quis nimusa vellorepel
- int aperem excerun debit cusae nost eoque

Con reped quat utem laut aut quis es porerumqui ommolorum evero magnatem quuntl ne sin porio culpapur qui bearcia aut fuga.

>> Ebis sint dellorene dolo exeper aperia ipsandi gentur aut odios aliquaeus dita cum fuga.

Xerepuda porum il lipitam venia sita pos et, tem-quo consecue nobiscil dipsam voluptia voloreh endundae nonseque quiae nosae et, quosam incta nobis ario. Nam fugiatatus roe. Oviditatur repratur, oditiniet verum qui autassint.



>> Valum rehenimenet optatur? Ro dolorepedit, sim qui digsa vetuamul ommolup turismus essit, ut idiorovtll quo beaurm soluptatecum vellupte.

Sedis sanditaspit occupat

Oluptaectat, Omniaisimus, teniet aperrum reptlis slio. Itatur audae parclis ut maximin ument et accotalsimil inctemped eaqum.

>> At excerferupta niam, core volum ut illacesequod quatur? Pa dolum est aut opta dolupta tquas in vellabo repellent as dolupte nihitur acea que rem dolore velis moluaptur re alis ab id et volendu nibus

Quatque labor maiosimpur aut fugia cullorio eum sunte est aceruptusam voluptaque dolores quas doluptas!

Innovet et agir en réseau pour des territoires durables



Les métropoles et agglomérations membres du réseau ÉcoCité partagent une ambition commune : rendre les territoires urbains plus accueillants et attractifs en répondant aux défis du développement durable et de la cohésion des territoires.

Avec le soutien de l'État, en partenariat avec les acteurs privés, elles mettent en œuvre des politiques publiques innovantes pour inventer la ville de demain. Engagées dans la transition écologique, leur mobilisation collective favorise leurs démarches et projets innovants tout en bénéficiant à tous les territoires.

Qualité de l'air, gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets, mobilité et cohésion sociale, ensemble elles font émerger une nouvelle façon de concevoir, construire et gérer la ville. Une exemplarité qui vibre, à l'échelle nationale et internationale, le savoir-faire des territoires et contribue à leur attractivité.

Favorisant un développement urbain plus respectueux de l'environnement, Ville de Demain, géré par la Banque des Territoires au titre du Programme d'Investissements d'Avenir, joue un rôle clé dans la réussite de la démarche ÉcoCité en apportant un soutien financier aux projets les plus innovants et démonstrateurs.

www.ecocities.logement.gouv.fr

Verso

Carton d'invitation

Pose de la première pierre, visite de chantier, inauguration... autant d'occasions pour concevoir et envoyer une invitation aux élus et partenaires du projet. Elle permettra de valoriser l'appartenance du projet à la démarche ÉcoCité.



Couverture



4^e de couverture

Panneau de chantier

4x3 m

Présents pendant tous le chantier, différents panneaux communiqueront des informations importantes aux habitants du territoire. Le bloc-marque en bas à gauche de l'affiche permettra de signaler l'appartenance du projet à la démarche ÉcoCité.

logo collectivité territoriale

NOM DU PROJET GA UTARCIATE XIMUSTIUR

Objet des travaux des udictur eperita



MM/AAAA >>
MM/AAAA

ICI SONT LISTÉES
LES RÉALISATIONS

DES LOGEMENTS
LOREM IPSUM DOLOR
SIT AMET
LOREM SIT AMET

DES COMMERCES
DES ZONES PIÉTONNES

Dolor audam dolorepel incit,
unt prafem quiae doliaci
mportat mos rese pelestore
officia sprepuda deseditlae
eum essequi sum.

écocité
engagée pour inventer
la ville de demain



BANQUE des
TERRITOIRES

logo partenaire

logo partenaire

www.site.fr

Palissade

Nom du quartier



Dolor audam dolorepel incit, uni prafem quiae
dallaci mporitat mos rese pelestare officia sperepuda
deseditae eum essequi sum.

Les palissades sont devenus une surface de prédilection pour communiquer de nombreuses informations aux habitants et usagers des quartiers qui entourent le chantier.

Une présentation plus détaillée de la démarche ÉcoCité pourra trouver toute sa place sur ces espaces.



Innover et agir en réseau pour des territoires durables

Les métropoles et agglomérations membres du réseau ÉcoCité partagent une ambition commune : rendre les territoires urbains plus accueillants et attractifs en répondant aux défis du développement durable et de la cohésion des territoires.

Avec le soutien de l'État, en partenariat avec les acteurs privés, elles mettent en œuvre des politiques publiques innovantes pour inventer la ville de demain. Engagées dans la transition écologique, leur mobilisation collective favorise leurs démarches et projets innovants tout en bénéficiant à tous les territoires.

Qualité de l'air, gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets, mobilité et cohésion sociale, ensemble elles font émerger une nouvelle façon de concevoir, construire et gérer la ville. Une exemplarité qui valorise, à l'échelle nationale et internationale, le savoir-faire des territoires et contribue à leur attractivité.

Favorisant un développement urbain plus respectueux de l'environnement, Ville de Demain, géré par la Banque des Territoires au titre du Programme d'Investissements d'Avenir, joue un rôle clef dans la réussite de la démarche ÉcoCité en apportant un soutien financier aux projets les plus innovants et démonstrateurs.

www.ecocites.logement.gouv.fr



Nom du quartier



Dolor audam dolorepel incit, uni prafem quiae
dallaci mporitat mos rese pelestare officia sperepuda
deseditae eum essequi sum.

Panneau de signalisation d'intérêt culturel et touristique

De nombreuses collectivités installent sur leurs territoires une signalétique pour informer les habitants et les touristes. Ces panneaux vous permettent d'attirer l'attention de vos publics sur les caractéristiques des lieux et des bâtiments qui les entourent.

Le bloc-marque et une présentation détaillée de la démarche ÉcoCité pourra valoriser le projet présenté.

logo collectivité territoriale



Nom du projet

Cipsam, ipicillum ist voloravit, utem nusciis ciendae sapidem volupta dolup-
ta non corribus rest facilisiat rerum coria se coreperio ea doluit isti ulpariat
evel expersp eratam velenihici vel moluptatur, autempore.

Sedie sanditaepit occupat

Oluptaectat, Omnisimus, teniet aperum reptis sitio. Itatur audae parcis ut maxim umentem et accatisimil incitemped ea-
quam. Et magnihit audae velit abo. Nem re quata outaquidelit laccupt amentem facepel escipsam, offic to verunt, soluptas alitas alibus

Em. Nequibus moditas equi si debissitatur moluptatusam facilbea ped quia derroratus arum abo. Nam dem. Nem solorporem que cor ad quam quioae prature nditassi des que voluptaerum fugiae

Datum verformate modo
Dissone reperiendi
volores et sicut
molestias qui veritas
la condequibz invenit
et locustator? Etia ne
essei debet Loribus
non regere consuetudine
cile expensatur sunt
qui am quare quod-
turnat omnia ubat.

Non et diceso rant,
ne que soll obiam
dantit noumoucan,
netite aiant quomaci
accus la volupitatem.
Et anemv anti ca unt.



Innovet et agir en réseau pour des territoires durables

Les métropoles et agglomérations membres du réseau ÉcoCité partagent une ambition commune : rendre les territoires urbains plus accueillants et attractifs en répondant aux défis du développement durable et de la cohésion des territoires.

Avec le soutien de l'État, en partenariat avec les acteurs privés, elles mettent en œuvre des politiques publiques innovantes pour inventer la ville de demain. Engagées dans la transition écologique, leur mobilisation collective favorise leurs démarches et projets innovants tout en bénéficiant à tous les territoires.

Qualité de l'air, gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets, mobilité et cohésion sociale, ensemble elles font émerger une nouvelle façon de concevoir, construire et gérer la ville. Une exemplarité qui valorise, à l'échelle nationale et internationale, le savoir-faire des territoires et contribue à leur attractivité.

Favorisant un développement urbain plus respectueux de l'environnement, Ville de Demain, géré par la Banque des Territoires ou le titre du Programme d'Investissements d'avenir, joue un rôle clef dans la réussite de la démarche ÉcoCité en apportant un soutien financier aux projets les plus innovants et démonstrateurs.

www.ecocites.logement.gouv.fr





WWW.SITE.FR



**Ce Kit de communication
locale a été conçu par**

Isabelle MORITZ

Adjointe à la cheffe du bureau
des opérations d'aménagement - AD5
Ministère de la Cohésion des Territoires
Direction Générale de l'aménage-
ment, du logement et de la nature
Direction de l'habitat, de l'urbanisme
et des paysages
Sous-direction de l'aménagement
durable

et le Groupement

**360 / XNconseil /
Neoclide / Giboulées /
CdesEtudesetduConseil**

Votre contact

Barbara Wülfken

Directrice

Agence Giboulées

01 40 21 41 31

barbara.wulfken@giboulees.com

