



# PLAN DE COMMUNICATION ET DE DIFFUSION #1



Co-funded by  
the European Union



VERSION 1.0



## Table des matières

Document d'information .....	3
<b>1. INTRODUCTION.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. PRÉSENTATION DU PROJET LIFE CONCERTO RENO V .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. LIEN AVEC LES STRATÉGIES NATIONALES ET EUROPÉENNES .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. PARTENAIRES DU PROJET .....</b>	<b>5</b>
<b>2. PLAN DE COMMUNICATION DU PROJET LIFE CONCERTO RENO V .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1. OBJECTIFS DE COMMUNICATION.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2. CIBLE .....</b>	<b>8</b>
<b>2.3. POSITIONNEMENT / MESSAGES CLÉS .....</b>	<b>8</b>
<b>2.4. MOYENS MIS EN ŒUVRE .....</b>	<b>9</b>
<b>2.5. TABLEAU DE BORD ET ÉVALUATION.....</b>	<b>16</b>

## Document d'information

<b>Acronyme du projet</b>	LIFE21-CET-HOMERENO-CONCERTO RENO V
<b>Nom du projet</b>	CONCERTO RENO V, a holistic platform streamlining integrated home renovation services
<b>Coordinateur du projet</b>	Nicolas Rousseau Sonergia
<b>Durée du projet</b>	36 mois (début le 1 <sup>er</sup> novembre 2022)
<b>Numéro du livrable</b>	6.1
<b>Niveau de diffusion</b>	Public
<b>N° du lot de travail</b>	6 – Diffusion et communication
<b>Date de publication</b>	31/01/2023
<b>Bénéficiaire principal</b>	CAPENERGIES
<b>Bénéficiaire(s) contributeur(s)</b>	-
<b>Auteur(s)</b>	Céline FERRATO
<b>Co-auteur(s)</b>	Charlotte GATT

*This project and the research leading to these results has received funding from the European Community's Life 2021 program under grant agreement 101077038.*

## 1. INTRODUCTION

### 1.1. PRÉSENTATION DU PROJET LIFE CONCERTO RENO

**CONCERTO RENO : construire un modèle intégré et orchestré pour faciliter le passage à l'acte de rénovation des logements.**

La rénovation énergétique des logements privés n'est un pas sujet nouveau.

Elle prend toutefois une résonance particulière du fait des périodes de confinements successives liées au Covid pendant lesquelles les ménages ont pu faire la sur-expérience de leur logement au quotidien mais également du fait des très récentes hausses du prix de l'énergie rendant la question de la facture énergétique cruciale.

Jusqu'alors, si les ménages avaient conscience de l'intérêt de rénover leur logement, ils étaient encore peu nombreux à passer à l'acte. La multiplicité des intervenants, le manque de références et de confiance mais également la difficulté de trouver un plan de financement sont les principales raisons évoquées.

L'ensemble des briques sont pourtant disponibles pour aller vers des rénovations globales et performantes de qualité. Le manque réside avant tout dans l'existence d'un opérateur - coordinateur proposant un service intégré de la rénovation.

Telle est l'ambition du projet CONCERTO RENO : d'être le trait d'union entre les acteurs de l'ensemble de la chaîne de valeur de la rénovation et d'apporter aux ménages une réponse sur mesure allant du diagnostic de leur logement au suivi des économies d'énergie dans le temps.

Le projet vise donc deux composantes essentielles :

L'outil Concerto dont l'unicité est de s'appuyer sur une pluralité de bases de données « logement / énergie » pour venir établir un diagnostic et des scénarii de travaux très fins.

Et la création d'un écosystème d'acteurs coordonné et animé gravitant autour de cet outil : opérateurs, corps de métier du bâtiment et ménages bien entendu.

Ces deux dimensions créent le modèle et donc la **PLATEFORME CONCERTO RENO**.

La création de ce modèle « orchestrateur » avec les acteurs du territoire permettra de mieux mobiliser l'écosystème local afin de stimuler la demande, réduire la complexité du parcours, simplifier la prise de décision et la réalisation des travaux.

## 1.2. LIEN AVEC LES STRATÉGIES NATIONALES ET EUROPÉENNES

Le projet CONCERTO RENO s'inscrit en lien avec :

- Le dispositif [France Rénov'](#) ;
- Les objectifs de la loi « [Climat et Résilience](#) » ;
- L'initiative européenne « [Green Deal "Renovation Wave"](#) ».



## 1.3. PARTENAIRES DU PROJET

Le projet CONCERTO RENO est porté par un consortium de 5 partenaires français, experts de la rénovation énergétique de l'habitat et de l'accompagnement des ménages, des certificats d'économie d'énergie et des solutions énergétiques avancées :

- [SONERGIA](#) : Chef de file/Coordinateur, spécialistes des primes énergie CEE / accompagnement à la rénovation énergétique ;
- [FEDERATION SOLIHA, SOLIDAIRES POUR L'HABITAT](#) : 1<sup>er</sup> acteur associatif national de l'habitat privé à vocation sociale ;
- [SOLIHA LANDES](#) : représentation de la SOLIHA dans les Landes ;
- [SOLIHA JURA SAÔNE-ET-LOIRE](#) : représentation de la SOLIHA dans le Jura et la Saône-et-Loire ;
- [CAPENERGIES](#) pôle de compétitivité de la transition énergétique et du mix énergétique bas carbone.

## 1.4. STRUCTURATION DU PROJET CONCERTO RENO

Le projet CONCERTO RENO est structuré en 6 lots définis comme suit :

- Lot 1 : Définition et organisation fonctionnelle de l'IHRS<sup>1</sup>
- Lot 2 : Mise en place de la plateforme CONCERTO RENO
- Lot 3 : Création de l'IHRS dans 2 contextes locaux différents
- Lot 4 : Durabilité, réplication et exploitation des résultats
- Lot 5 : Gestion de projet
- **Lot 6 : Communication et dissémination**

<sup>1</sup> IHRS : Integrated Home Renovation Services

### WP 1 : Définition et organisation fonctionnelle de l'IHRS

T1.1 Rencontre et échange avec d'autres IHRS en France  
T1.2 Définition du modèle et des services proposés  
T1.3 Définition des modèles d'affaires  
T1.4 Plan de transition vers un IHRS

### WP 2 : Mise en place de la plateforme CONCERTO RENO V

T2.1 Ajustement de l'outil CONCERTO  
T2.2 Développement du module "linking actors"  
T2.3 Pré-qualification, mise en réseau et intégration de solutions innovantes pour la production d'énergie renouvelables après rénovation  
T2.4 Développement du module de surveillance de la performance énergétique incluant les énergies renouvelables  
T2.5 Support utilisateur et maintenance de la plateforme

### WP 3 : Création d'IHRS dans 2 contextes locaux différents

T3.1 Test 1 : Mise en œuvre et intégration d'entreprises et de tiers  
T3.2 Test 1 : Fonctionnement de l'IHRS – Services fournis aux habitants  
T3.3 Test 1 : Mise en œuvre et intégration d'entreprises et de tiers  
T3.4 Test 2 : Fonctionnement de l'IHRS – Services livrés aux habitants

### WP 4 : Durabilité, réplication et exploitation des résultats du projet

T4.1 Stratégie d'évaluation et mesures d'impact  
T4.2 Feedback, optimisation post-test et recommandations  
T4.3 Analyse et recommandation pour la reproductibilité du service intégré en France et en Europe  
T4.4 Mise en place d'un appel à intérêt pour le déploiement de l'IHRS en France à l'aide de la plateforme CONCERTO RENO V

### WP 5 : Gestion de projet

T5.1 Coordination générale, organisation des réunions, communication interne et maintenance de la convention de subvention  
T5.2 Gestion administrative, financière et juridique  
T5.3 Processus de coordination, planification, assurance qualité, reporting et gestion des risques  
T5.4 Gestion des parties prenantes  
T5.5 Processus de coordination spécifique pour la réduction de l'impact environnemental du projet  
T5.6 Activités du programme commun LIFE

### WP 6 : Communication et diffusion

T6.1 outils de communication  
T6.2 Mise en réseau avec des projets européens en cours axés sur la rénovation  
T6.3 Evènements de diffusion

## STRUCTURATION DU PROJET LIFE CONCERTO RENO V

## 2. PLAN DE COMMUNICATION DU PROJET LIFE CONCERTO RENO V

Dans le cadre du Lot N°6 dédié aux activités de communication et de dissémination, sur lequel prennent appui l'ensemble des autres lots, un plan de communication et de dissémination est établi pour structurer les actions à mener à chaque étape clé du projet, et favoriser l'atteinte des objectifs du projet.

Ce document constitue la 1<sup>ère</sup> version du plan de communication, qui sera mise à jour une première fois 18 mois après le démarrage du projet puis une seconde fois à 36 mois. Ces montées de version ont pour objectif d'adapter les activités de communication en fonction des cibles adressées lors des différentes phases du projet et donner la possibilité aux partenaires de saisir de nouvelles opportunités de communication dans le temps.

### 2.1.OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Tout projet retenu dans le cadre du programme LIFE se doit de mener des actions de communication pour les raisons suivantes pour :

- Répondre à l'obligation vis-à-vis des financeurs ;
- Donner de meilleures chances de réussite au projet et maximiser son impact dans le temps ;
- Encourager de futurs investissements et financements ;
- Contribuer aux défis sociétaux ;
- Influencer les politiques locales et régionales.

Les actions de communication et de dissémination à mener dans le cadre du Lot N°6 et qui sous-tendent l'ensemble du projet, sur toute sa durée, s'inscrivent dans 2 types de communication :

#### Communication interne :

- Optimiser la communication entre les partenaires du projet ;
- Organiser la remontée d'information vers l'équipe communication afin de diffuser largement les résultats/activités du projet.

#### Communication externe :

- Privilégier une communication orientée vers la valorisation des avancées et des résultats tout au long du projet ;
- Susciter l'intérêt des publics cibles et le passage à l'action pour faciliter l'adoption des solutions développées ;
- Promouvoir la plateforme CONCERTO RENO V et encourager sa répliquabilité, au niveau national et à l'échelle européenne sur les axes de travail suivants :
  - Evaluation d'une transposition de la base de données logements CSTB au cœur de la plateforme CONCERTO, dans des pays européens cibles (Belgique, Luxembourg, Allemagne, Italie, Espagne + 2 à sélectionner) ;
  - Valorisation des recommandations issues de la mise en œuvre de la plateforme CONCERTO RENO V.
- Faire remonter les avancées du projet à l'Agence Exécutive Européenne pour les Infrastructures, le Climat et l'Environnement ([CINEA](#)) qui les valorisera sur son site internet, ses réseaux sociaux, lors d'événements ou de campagnes de communication.

## 2.2. CIBLE

Dans le cadre des activités de communication et de dissémination du projet CONCERTO RENO V, 3 principaux groupes cibles ont été identifiés :

- **Les foyers** : bénéficiaires directs des services proposés par la plateforme CONCERTO RENO V, ils constituent le cœur de cible du projet qui vise à accélérer le passage à l'acte des propriétaires pour engager des travaux de rénovation énergétique.
- **Les acteurs du parcours de rénovation énergétique** : ce groupe cible est constitué des parties prenantes du projet, positionnés sur toute la chaîne de valeur de la rénovation :
  - o Entreprise
  - o Opérateur
  - o Financeur
  - o Maître d'œuvre
  - o ...
- **Les instances publiques compétentes en matière de rénovation énergétique** au niveau local, national (service public de la rénovation énergétique des bâtiments en France et collectivités) et européen.

GROUPES CIBLES	OBJECTIFS DE COMMUNICATION
Propriétaires de logement	Faire connaître la plateforme Donner confiance Informers sur le parcours
Acteurs du parcours rénovation	Susciter l'intérêt Favoriser l'engagement des acteurs Valoriser les résultats
Instances publiques	Faire connaître le projet Valoriser les résultats Favoriser la répliquabilité
Autres projets européens « Rénovation énergétique »	Susciter des synergies

## 2.3. POSITIONNEMENT / MESSAGES CLÉS

Le projet Life CONCERTO RENO V s'inscrit dans un contexte de soutien de la Commission Européenne et des politiques françaises en faveur de la rénovation des logements avec une double ambition de gains énergétiques et de croissance économique en soutien à la filière.

Parvenir à doubler les taux annuels de rénovation énergétique pour améliorer la qualité de vie des habitants et créer de nombreux emplois verts comme prévu par le plan de la commission européenne [Renovation Wave](#), nécessitent de lever 2 freins majeurs :

- Apporter l'aide financière nécessaire en soutien aux ménages pour diminuer le reste à charge non-couvert par les aides ;
- Constituer des offres globales simplifiées et lisibles, allant de l'audit énergétique, au financement jusqu'à la réalisation des travaux.

Dans ce contexte, le projet CONCERTO RENO V répond plus particulièrement à ce dernier enjeu d'offre intégrée et se distingue notamment par le fait de proposer aux acteurs de la rénovation, particuliers, professionnels et collectivités locales, **un écosystème de confiance pour favoriser la réalisation des travaux, faciliter et sécuriser leur mise en œuvre.**

De plus, la plateforme se veut **coconstruite avec toutes les parties prenantes permettant la création de boucles locales.**

Plus particulièrement concernant les propriétaires de logement, plusieurs messages clés devront être appuyés :

- Un projet de rénovation simplifié ;
- Une offre globale : des services coordonnés et optimisés tout au long du processus d'investissement dans la performance énergétique du bâtiment ;
- Un accès aux différentes mesures de soutien rationalisé (subventions, CEE, prêt de préfinancement) ;
- Un service intégré de confiance, grâce à une responsabilisation claire, une assurance qualité et des politiques de protection des consommateurs ;
- Améliorer la prise de conscience sur la manière de prendre le contrôle de la maison rénovée afin de maximiser les gains et d'éviter l'effet de rebond.

## 2.4. MOYENS MIS EN ŒUVRE

Cette section du plan de communication s'attache plus particulièrement à la communication externe du projet.

Rappelons simplement que la communication interne qui vise à améliorer les échanges entre les partenaires et à fournir des outils aux partenaires pour collaborer à la communication externe, s'appuie sur des outils de messagerie, de logiciel de visioconférence (Teams par exemple) permettant également un partage simple de documents, de réunions de projet.

Concernant la communication externe, voici la liste des activités et outils prévus :

- Identité visuelle : logo, code couleur, typographie, règles d'utilisation du logo... ;
- Template de document (PowerPoint) ;
- Page web de présentation du projet ;
- Newsletters ;
- Comptes réseaux sociaux : Twitter et LinkedIn ;
- Boîte email ;
- Supports promotionnels ;
- Vidéos de présentation de la plateforme CONCERTO RENOVO ;
- Relations presse.

De plus, la réalisation d'**événements** en format présentiel, digital ou hybride contribuera à l'atteinte des publics cibles. Ces événements sont autant d'occasions pour diffuser les supports de communication décrits ci-dessus.

## ORGANISATION

Chaque partenaire du consortium a désigné un correspondant en charge des questions de communication. Le groupe de travail de communication constitué sera amené à se réunir tout au long du projet pour s'assurer d'une cohésion d'action en adéquation avec le plan de communication et d'une contribution collégiale active à l'atteinte des objectifs.

## IDENTITÉ VISUELLE

L'identité visuelle comprend le logotype accompagné de sa charte graphique, et des bannières notamment réseaux sociaux. Ces éléments doivent être utilisés par l'ensemble des partenaires du projet dans le cadre des actions de communication et dissémination du projet.

Pour être visible et reconnaissable au niveau local, national et européen, le projet CONCERTO RENO V s'est doté d'une identité visuelle, reflet de ses ambitions et ses valeurs à savoir :  
« **Confiance, Facilitateur, Indépendance, Neutralité et Transparence** ».

### LOGOTYPE



### CAHIER DES NORMES

La charte graphique ou cahier des normes définit les règles fondamentales d'utilisation des éléments graphiques constituant l'identité visuelle du projet dont le logo, les codes couleurs, la typographie. Elle garantit l'homogénéité et la cohérence de la communication visuelle et doit être appliquée lors de l'utilisation du logotype.

CONCERTO RENOV / IDENTITE VISUELLE ET REGLES D'USAGE / Février 2023

### LE LOGOTYPE COULEUR

COULEURS PRINCIPALES

<span style="color: #92D050;">●</span> Y20	<span style="color: #00A69A;">●</span> C70	<span style="color: #444444;">●</span> N75	<span style="color: #FF9900;">●</span> C51	<span style="color: #000000;">●</span> C80
<span style="color: #92D050;">●</span> R202/212/0	<span style="color: #00A69A;">●</span> M4	<span style="color: #444444;">●</span> R100/100/100	<span style="color: #FF9900;">●</span> M43	<span style="color: #000000;">●</span> M52
<span style="color: #92D050;">●</span> #CAD4D0	<span style="color: #00A69A;">●</span> Y13	<span style="color: #444444;">●</span> #846363	<span style="color: #FF9900;">●</span> Y02	<span style="color: #000000;">●</span> Y10
	<span style="color: #00A69A;">●</span> R151/151		<span style="color: #FF9900;">●</span> R242/185/29	<span style="color: #000000;">●</span> T17
	<span style="color: #00A69A;">●</span> #009897		<span style="color: #FF9900;">●</span> #E48C74	<span style="color: #000000;">●</span> R19/117
				<span style="color: #000000;">●</span> #3C6774

COULEURS SECONDAIRES

CONCERTO RENOV / IDENTITE VISUELLE ET REGLES D'USAGE / Février 2023

### LE LOGOTYPE MONOCHROME

L'USAGE DU PICTOGRAMME DU LOGO COMME FORME POUVANT ACCOMPAGNER LE FOND D'UNE PRESENTATION, PLAQUETTE, ETC. EST AUTORISE DANS LA MESURE OU CELUI-CI N'EST PAS ANAMORPHOSE.

### LE LOGOTYPE SUR FOND DE COULEUR

### INTERDITS

NB : IL EST INTERDIT DE DEFORMER LE LOGO, DE MODIFIER LES COULEURS DE BASE, DE L'EMPLOYER EN FORMAT QUADRI SUR FOND COLORE

TAILLE MINIMALE D'USAGE

40mm

### UNIVERS TYPOGRAPHIQUE

**GILROY**

LIGHT	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	<p style="font-size: 8px;">Typographie Gilroy</p> <p style="font-size: 8px;">Cette typographie est destinée à l'utilisation générale dans tous les supports éditoriaux (brochures, édition, papeteries).</p> <p style="font-size: 8px;">A défaut et pour un usage bureautique, l'arial ou le verdana lui seront préférés.</p>
MEDIUM	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	
BOLD	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	
BLACK	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	

**ARIAL**

REGULAR	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
BOLD	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

CONCERTO RENOV / IDENTITE VISUELLE ET REGLES D'USAGE / Février 2023

## MODÈLE POWERPOINT ET BANNIÈRES

Un modèle de PowerPoint a été créé en reprenant les éléments clés de l'identité visuelle afin d'assurer une présentation homogène du projet par les partenaires du consortium lors de réunions ou évènements.

### PRÉSENTATION POWERPOINT

### BANNIÈRE LINKEDIN

### BANNIÈRE TWITTER

CONCERTO RENOV / IDENTITE VISUELLE ET REGLES D'USAGE / Février 2023

## PRÉSENTATION DES 5 PARTENAIRES

Ci-dessous la bannière reprenant l'ensemble des logos des 5 partenaires du consortium de CONCERTO RENO à présenter dans cet ordre :



En version web, le lien vers les sites internet respectifs des partenaires sera intégré sur chaque logo.

## NOM DE DOMAINE

Pour la conduite du projet, le nom de domaine « **concerto-renov** » a été acheté avec les extensions .fr / .eu / .com afin de garantir qu'aucune autre entité ne vienne se l'approprier et semer la confusion quant à la bonne identification du projet, sachant qu'il n'est pas prévu de création d'un site internet dédié au projet.

## PAGE INTERNET

Une page web dédiée au projet sera hébergée sur chaque site internet des partenaires du consortium afin d'appuyer la visibilité du projet auprès du grand public et des cibles identifiées.

Cette page internet doit être régulièrement mise à jour par chacun des partenaires et devra rester en ligne 5 ans après la clôture du projet.

La page web de présentation du projet CONCERTO RENO présentera des contenus fixes et des contenus nécessitant une mise à jour régulière selon la trame suivante :

### LOGO CONCERTO RENO

**Descriptif court avec mise en avant des objectifs du projet.**

**Informations clés du projet :**

- **Durée ;**
- **Budget ;**
- **Logos des partenaires + lien vers leur site internet ;**
- **Mention du programme LIFE ;**
- **Lien de téléchargement vers les documents de communication type communiqué, flyer...**

**Actualités et faits marquants : photo + court descriptif (carrousel par 3 max).**

**Icones + lien vers les comptes des réseaux sociaux du projet CONCERTO RENO.**

**Bouton pour s'inscrire à la newsletter.**

**Présentation des étapes clés du projet.**

### **Section des livrables :**

**Pour le coordinateur SONERGIA : lien de téléchargement vers les livrables.**

**Pour les autres partenaires : renvoi vers le site du coordinateur.**

**Doit également inclure les logos LIFE et Union Européenne.**

### **NEWSLETTER**

Afin de valoriser les avancées du projet et d'informer sur des sujets d'actualité liés à la rénovation énergétique des logements et aux dernières avancées du projet, une newsletter sera diffusée 3 fois par an (mars/juin/octobre). Toute nouvelle inscription à la newsletter se fera via un formulaire garantissant le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).

En termes de contenu de cette newsletter, le contenu éditorial sera élaboré avec la contribution des membres du groupe de travail dédié à la communication, en charge de faire remonter les informations clés sur l'avancement du projet et les innovations développées.

### **RÉSEAUX SOCIAUX**

La stratégie de communication sur les réseaux sociaux se doit d'être une déclinaison de la stratégie de communication globale. Les réseaux sociaux s'intègrent dans un parcours digital de conversion, avec pour objectif principal d'attirer l'attention de nouvelles cibles pour les inciter à prendre part aux activités du projet CONCERTO RENOVO (recrutement de foyers, événements professionnels, etc.). Ils permettent la création de communautés d'intérêt autour du projet.

Pour maximiser la visibilité du projet et appuyer sa notoriété, 2 comptes réseaux sociaux sont créés et alimentés :

- **1 compte Twitter :**
  - Cible adressée : grand public et experts,
  - Contenu : actualités.
  
- **1 compte LinkedIn :**
  - Cible adressée : professionnels,
  - Contenu : opportunités professionnelles.

### **Organisation**

L'alimentation des comptes sera faite sur la base de remontée d'information de l'ensemble des partenaires du projet.

La diffusion de publications sur ces 2 comptes sera appuyée par un effort commun de la part des autres partenaires via le relai sur leur propre compte.

## Animation des comptes et des communautés

Pour alimenter ces 2 comptes de manière fluide et efficace, plusieurs étapes sont suivies :

- Mise en place d'une veille sur la rénovation énergétique des logements et les IHRS, identification d'influenceurs dans chacun des écosystèmes des partenaires ;
- Sourcing de contenu et préparation d'un planning éditorial ;
- Conception/rédaction des posts ;
- Publications régulières ;
- Modération des commentaires ;
- Mesures des retombées / statistiques.

Au-delà de la visibilité apportée via les réseaux sociaux, ces médias permettent également la création de communautés autour du projet dont il conviendra de veiller à la cohésion et l'interaction en suscitant le débat, le partage d'expérience, en apportant des réponses aux questions posées, en faisant respecter des règles éthiques.

### Recommandations à suivre

- Images / photos : les photos / images doivent avoir une résolution minimale de 400X400 px.
- Texte : joindre un texte mettant en avant les informations clés, avec un ton adapté aux cibles et une orientation de type storytelling. Pour Twitter, le nombre maximum de caractères est de 280. Intégrer les liens sortant en commentaires en non dans le post.
- Tag : identifier les personnes et entités concernées par le post.
- Hashtag : indiquer les hashtags de contenu et de tendance les plus adéquats en lien avec le contenu de la publication. Hashtag LIFE à mentionner : #LIFEprogramme / #LIFEproject.

### Types de contenu

Afin de favoriser l'intérêt de nouveaux abonnés et leur engagement, il convient de varier les types de publications parmi lesquels :

- Annonces : communications générales concernant le projet (résultat, étape franchie, partenariat...)
- Actualités : articles et informations sectorielles qui représentent une avancée majeure dans le domaine de la rénovation énergétique des logements ;
- Événements : communication sur les prochains événements à ne pas manquer, avec le détail nécessaire pour en comprendre les objectifs et s'y inscrire ;
- Chiffres clés /graphiques en lien avec la filière pour contribuer à sensibiliser et à impliquer les cibles ;
- Images de réalisation de travaux avant/après, de foyers, de salariés d'entreprise en intervention... ;
- Infographies : sur la base de l'identité visuelle du projet, mise en avant de données collectées, pour expliquer clairement et simplement des concepts ;
- Quiz : pour sensibiliser et informer de manière ludique ;
- Vidéos : diffusion de courtes vidéos pour promouvoir le projet et la plateforme (témoignage, success stories, etc.).

## LANGUE

Le projet Life CONCERTO RENO V étant constitué d'un consortium français, ciblant des foyers sur 2 territoires d'expérimentation français, la langue française sera privilégiée pour les cibles concernées.

Pour ce qui concerne les actions de dissémination des résultats du projet CONCERTO RENO V à l'échelle européenne, la langue anglaise sera privilégiée.

## MESSAGERIE

Le nom de domaine « concerto-renov » sera utilisé pour la création d'une boîte email permettant de faciliter les échanges directs avec les cibles du projet : [contact@concerto-renov.eu](mailto:contact@concerto-renov.eu).

L'accès à cette messagerie sera permis via une interface Webmail, avec login et mot de passe sécurisé.

Un référent SONERGIA aura la charge de veiller au traitement des messages et leur redirection en interne au sein du consortium le cas échéant.

## SUPPORTS PROMOTIONNELS

Des documents promotionnels de type brochures ou flyers, roll-up seront réalisés au besoin et diffusés lors d'événements en privilégiant un format digital dans la mesure possible dans un souci de développement durable. L'affichage d'un QRCode sur le lieu de l'événement permettra d'y accéder rapidement et simplement. Ces éléments seront valorisés sur la page web du projet sur les sites des partenaires du consortium.

En cas d'impression un maximum de 1 000 flyers seront distribués.

## ÉVÈNEMENTS

Les activités de dissémination s'appuieront notamment sur la participation des membres du consortium à des événements (ateliers, conférences, salons, etc.) locaux, nationaux et de portée européenne afin de promouvoir les résultats et amplifier l'impact du projet. Deux événements à minima, l'un de portée nationale et l'autre de portée européenne, seront choisis pour y tenir un stand de promotion du projet.

### Liste des événements pressentis :

Au niveau local/national :

- Innopolis : 19 et 20 septembre 2023 à Paris.
- Rencontres des collectivités pour la rénovation énergétique.
- Assises européennes de la transition énergétique : 23 au 25 mai 2023 à Bordeaux.
- (BePOSITIVE : 21 au 23 mars 2023 à Lyon / Renodays : 12 et 13 septembre 2023 à Paris).

Au niveau européen :

- Sustainable places.
- European sustainable energy weeks : 20 au 22 juin 2023 à Bruxelles.
- Vivatech : 14 au 17 juin 2023 à Paris.

- Smart City Expo : 7 au 9 novembre 2023 à Barcelone.

Les partenaires seront également amenés à présenter CONCERTO RENO V lors d'évènements dédiés à la rénovation énergétique et organiseront notamment un mini-symposium au démarrage du projet ainsi qu'une grande conférence finale pour promouvoir les résultats du projet.

### **RAPPORT FINAL**

En clôture du projet CONCERTO RENO V, un rapport final synthétique et communicant de 5 à 10 pages (EN et FR) sera réalisé afin de présenter les principaux résultats, enseignements et recommandations du projet.

### **RELATIONS PRESSE**

Afin d'augmenter la visibilité du projet CONCERTO RENO V, de sensibiliser le grand public aux enjeux de la rénovation énergétique de l'habitat, aux solutions IHRS et aux solutions de financement, des actions de relations presse seront menées.

Plusieurs communiqués de presse seront rédigés et diffusés, aux étapes clés du projet sur la base d'un fichier presse de référence qui listera les médias et contacts de la presse locale, nationale et spécialisée (BatiActu, ActuEnvironnement, L'Usine Nouvelle, Environnement magazine, Greenunivers...).

## **2.5. TABLEAU DE BORD ET ÉVALUATION**

Le plan de communication sera mis à jour au bout de 18 mois. À cette occasion, seront mesurées les activités de communication et dissémination afin d'ajuster les moyens mis en œuvre. Une remontée d'indicateurs sera planifiée chaque trimestre.

À noter que pour toutes ces activités, les canaux de communication des partenaires du consortium (site web, réseaux sociaux, évènements, etc.) doivent être mis en œuvre pour démultiplier l'impact auprès des écosystèmes de chacun.

Le tableau de bord ci-dessous récapitule les activités, le retroplanning et les objectifs fixés.

ACTIVITÉS	Objectif	Description	Quand	Indicateurs
<b>Supports de communication</b>	Susciter l'intérêt des participants lors d'évènements	Identité visuelle : logotype, cahier de normes, modèle PowerPoint	M6	Un maximum de 1000 flyers distribués.
<b>Page web dédiée au projet</b>	Présenter le projet et son contexte à une large audience	Présenter le projet, son contexte, ces résultats, les actualités...	M4	Mesure par google Analytics : 5000 visiteurs uniques à M18 10000 visiteurs uniques à M36
<b>Animation des réseaux sociaux</b>	Engager et créer un réseau autour de la rénovation de l'habitat et des avantages des IHRS	Création et animation d'un compte twitter et d'un compte LinkedIn	M1 à M36	Twitter: 200 followers à M18 / 400 à M36 LinkedIn: 300 followers à M18 / 600 à M36
<b>Création de contenu digital</b>	Créer des supports digitaux pour donner de la visibilité aux projets et faciliter l'adhésion	Brochures digitales Une vidéo de promotion de la plateforme CONCERTO RENOV	M1 à M6	Nombre de vues : 200 à M36
<b>Relations Presse</b>	Sensibiliser le grand public aux enjeux de la rénovation énergétique de l'habitat, aux solutions IHRS et ou aux solutions de financement	Identification des médias pertinents (TV, journaux, radio, bulletins d'information, pages web d'actualité, magazine) et rédaction de communiqués de presse aux moments clés du projet	M6 à M36	30 médias identifiés  5 communiqués diffusés
<b>Newsletter</b>	Valoriser les avancées du projet auprès d'une communauté d'abonnés et informer sur des sujets d'actualité liés à la rénovation énergétique des logements et aux IHRS	Diffusion des nouvelles importantes, d'articles consacrés à la promotion des dernières innovations de la communauté	M1 à M36	Périodicité à minima de 3 newsletters par an  Nombre d'inscrits : 300 à M18 / 600 à M36
<b>Évènements</b>	Promouvoir le projet auprès de publics ciblés (opérateurs de services de rénovation, autorités publiques, agences nationales, etc.)	Participation à des salons, ateliers et autres événements professionnels (2 événements) Organisation de la conférence finale	M1 à M36	Audience (total de tous les évènements) : 500