



# PLAN DE COMMUNICATION ET DE DIFFUSION #2

VERSION 2.0



Co-funded by  
the European Union



FÉDÉRATION  
**SOLiHA**  
SOLIDAIRES POUR L'HABITAT

**SOLiHA**  
SOLIDAIRES POUR L'HABITAT  
JURA SAÔNE-ET-LOIRE

**SOLiHA**  
SOLIDAIRES POUR L'HABITAT  
LANDES



## 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>4</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. CIBLES .....</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>19</b>

## Document d'information

<b>Acronyme du projet</b>	LIFE21-CET-HOMERENO-CONCERTO RENOVO
<b>Nom du projet</b>	CONCERTO RENOVO, 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>	6.2
<b>Niveau de diffusion</b>	Public
<b>N° du lot de travail</b>	6 – Diffusion et communication
<b>Date de publication</b>	20/06/2024
<b>Bénéficiaire principal</b>	CAPENERGIES
<b>Bénéficiaire(s) contributeur(s)</b>	-
<b>Auteur(s)</b>	Céline LE PENVEN
<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](#) ».

Il a été conforté depuis son lancement par :

- La révision de la directive européenne sur la performance énergétique du bâtiment (EPBD) ;
- Le nouveau décret [MonAccompagnateurRénov'](#) et les mesures de simplification du décret [MaPrimeRénov'](#).



### 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](#) : coordinateur du projet, délégataire des Certificats d'économie d'énergie (CEE) / spécialiste dans l'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

<p><b>WP 1 : Définition et organisation fonctionnelle de l'IHRS</b></p> <p>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</p>	<p><b>WP 2 : Mise en place de la plateforme CONCERTO RENO V</b></p> <p>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</p>	<p><b>WP 3 : Création d'IHRS dans 2 contextes locaux différents</b></p> <p>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</p>	<p><b>WP 4 : Durabilité, réplcation et exploitation des résultats du projet</b></p> <p>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</p>
<p><b>WP 5 : Gestion de projet</b></p> <p>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</p>			
<p><b>WP 6 : Communication et diffusion</b></p> <p>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</p>			

**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, le plan de communication et de dissémination structure les actions à mener à chaque étape clé du projet, et favorise l'atteinte des objectifs du projet.

Ce document constitue la 2<sup>ème</sup> version du plan de communication, établi 18 mois après le démarrage du projet. À noter qu'une seconde mise à jour sera effectuée à 36 mois.

Ces nouvelles versions 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.

**Les contenus mis à jour sont notés en bleu.**

### 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 RENO V, 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'évènements ou de campagnes de communication.

## 2.2. CIBLES

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
- **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 PRIORITAIRES	OBJECTIFS DE COMMUNICATION
Propriétaires de logement	Faire connaître la plateforme Donner confiance Informer sur le parcours
Acteurs du parcours de rénovation	Susciter l'intérêt Favoriser l'engagement des acteurs Valoriser les résultats
GROUPES CIBLES SECONDAIRES	OBJECTIFS DE COMMUNICATION
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

Rappelons 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, et outils collaboratifs comme TEAMS pour le partage simple de documents, et l'organisation de réunions de projet.

Cette section du plan de communication s'attache plus particulièrement à la communication externe du projet, dont voici la liste des activités et outils mis en œuvre :

- Identité visuelle : logo, code couleur, typographie, règles d'utilisation du logo... ;
- Template de document (PowerPoint) ;
- Page web de présentation du projet ;
- Newsletters ;
- Réseau social : 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 contribue 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 échange régulièrement 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.

Ces correspondants ont pu évoluer au cours du projet, du fait du turnover des entités partenaires, impactant la fluidité des échanges et le bon suivi des actions en temps réel. Ce transfert d'information fera l'objet d'un point d'attention particulier pour assurer la bonne continuité du projet.

## IDENTITÉ VISUELLE

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

Pour être visible et reconnaissable au niveau local, national et européen, le projet CONCERTO RENO V s'est doté dès le début du projet d'une identité visuelle, reflet de ses ambitions et ses valeurs à savoir :

« **Confiance, Facilitateur, Indépendance, Neutralité et Transparence** ».

En totale adéquation avec le positionnement du projet, cette identité n'a pas subi d'évolution depuis sa création.

### 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

COULEURS SECONDAIRES

### LE LOGOTYPE MONOCHROME

L'USAGE DU PICTOGRAMME DU LOGO COMME FORME POUVANT ACCOMPAGNER LE FONDS 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 DÉFORMER LE LOGO, DE MODIFIER LES COULEURS DE BASE, DE L'EMPLOYER EN FORMAT QUADRI SUR FOND COLORE

TAILLE MINIMALE D'USAGE

### UNIVERS TYPOGRAPHIQUE

**GILROY**

LIGHT	ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	<p><b>Typographie Gilroy</b></p> <p>Cette typographie est destinée à l'utilisation générale dans tous les supports éditoriaux (brochures, édition, papeteries).</p> <p>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 V à présenter dans cet ordre :



En version web, le lien vers les sites internet respectifs des partenaires est 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 est hébergée sur chaque site internet des partenaires du consortium afin d'appuyer la visibilité du projet auprès du grand public et des cibles identifiées :

- Sonergia : <https://sonergia.fr/nous-decouvrir/concerto-renov/>
- Capenergies : <https://www.capenergies.fr/cap-sur-leurope/concerto-renov/>
- Fédération Soliha : <https://soliha.fr/actualites/concerto-renov-life-renovation-energetique/>
- Soliha Jura Saône-et-Loire : <https://www.jura.soliha.fr/collectivite/mettre-en-oeuvre-une-opah/opah-de-renouvellement-urbain/concerto-renov/>
- Soliha Landes : <https://landes.soliha.fr/concerto-renov/>

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

### LOGO CONCERTO RENO V.

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

**Informations clés du projet :**

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

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

**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.**

### Logos LIFE et Union Européenne.

La prochaine évolution concerne l'ajout d'un bouton dirigeant l'internaute vers un formulaire d'inscription à la newsletter.

La mise en avant régulière d'actualités pensée initialement sur cette page n'est pas retenue car le contenu est déjà dense. Il est préféré une valorisation de l'actualité du projet sur les réseaux sociaux et dans la newsletter qui bénéficient d'une plus grande visibilité.

Ces pages totalisent 2 099 visiteurs uniques, sachant que les Soliha Jura Saône-et-Loire et Soliha Landes n'ont pas de dispositif en place pour le suivi des statistiques de consultation. Ceux-ci devraient être mis en place prochainement. Les statistiques de consultation peuvent également pâtir du refus des cookies par les internautes, mis en place sur chacun des sites. Dans ce cas, leur visite n'est pas comptabilisée.

Cette page internet devra rester en ligne 5 ans après la clôture du projet.

### 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 est diffusée 2 à 3 fois par an. Initialement prévu 3 fois par an, la périodicité a été assouplie pour rester en adéquation avec le rythme d'avancement du projet qui a subi des ralentissements et ainsi garantir un contenu de qualité.

La newsletter est envoyée aux participants inscrits aux événements du projet et relayée par chacun des partenaires dans son écosystème respectif.

Un formulaire garantissant le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) doit être mis en place prochainement pour recueillir les adresses emails de nouveaux contacts intéressés.

Le contenu éditorial est élaboré avec la contribution du coordinateur SONERGIA et 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.

Les newsletters diffusées sont consultables en ligne :

- [Newsletter N° 1](#)
- [Newsletter N°2](#)

La diffusion de la newsletter N°3 est prévue pour juin 2024.

### 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 ont été initialement créés et alimentés :



- **1 compte Twitter** : [https://x.com/CONCERTO\\_RENOV](https://x.com/CONCERTO_RENOV)
  - Cible adressée : grand public et experts,
  - Contenu : actualités.
- **1 compte LinkedIn** : <https://www.linkedin.com/company/91611238/admin/dashboard/>
  - Cible adressée : professionnels,
  - Contenu : opportunités professionnelles.

Cependant, la récente perte de confiance attribuée au réseau Twitter, du fait de prises de positions controversées de la direction du réseau social, des contenus peu fiables et une ambiance générale décriée dans les conversations, a généré une migration d'utilisateurs au profit de LinkedIn.

Ceci nous a incité à stopper la mise à jour du compte Twitter du projet qui a été gelé, pour concentrer nos efforts sur le réseau LinkedIn qui lui poursuit son essor.

## Organisation

L'alimentation du compte LinkedIn est faite sur la base de remontée d'information de l'ensemble des partenaires du projet.

La diffusion de publications est appuyée par un relai de la part des autres partenaires sur leur propre compte.

## Animation des comptes et des communautés

Pour alimenter ce compte de manière fluide et efficace, plusieurs étapes sont suivies :

- 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, les réseaux sociaux 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

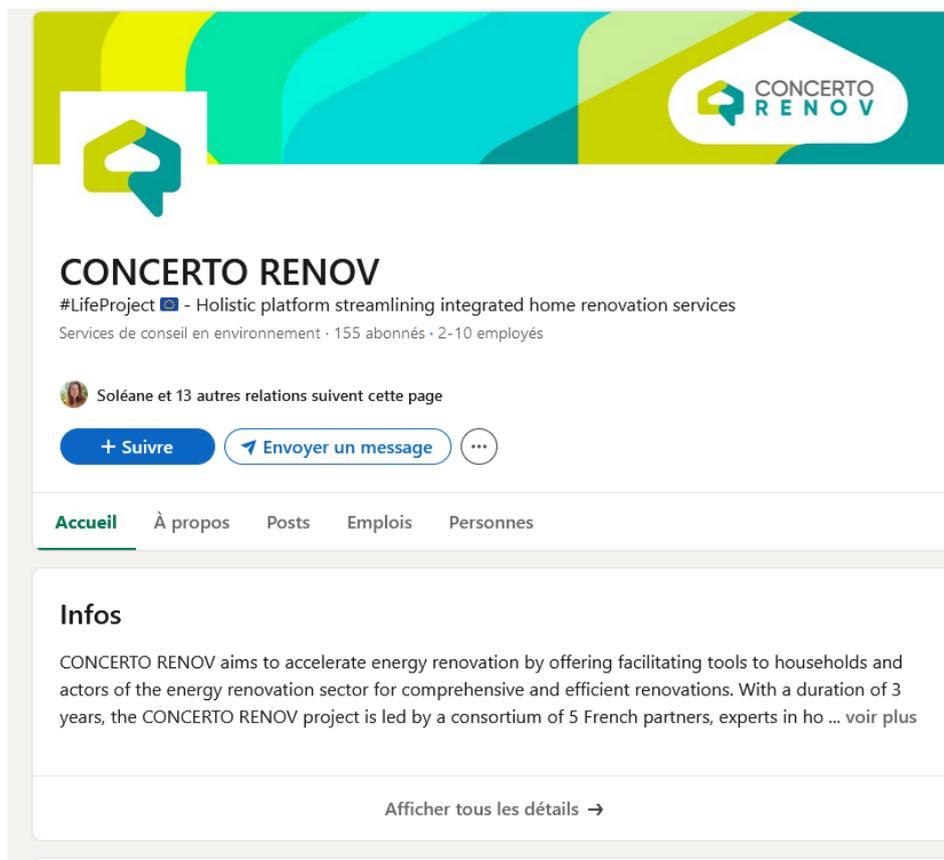
- Images / photos : les photos / images doivent avoir une résolution minimale de 400X400 px.
- Texte : joindre un texte mettant en avant les informations clés, avec un ton adapté aux cibles et une orientation de type storytelling. Pour Twitter, le nombre maximum de caractères est de 280. Intégrer les 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.).

Totalisant 155 abonnés à ce stade, un effort doit être produit pour une publication plus régulière et fréquente et le partage du compte afin d'élargir la communauté du projet. Une campagne de promotion payante pourra également être envisagée pour valoriser de nouveaux contenus promotionnels à venir : vidéo explicative, success stories, etc.



## LANGUE

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

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

## MESSAGERIE

Le nom de domaine « concerto-renov » a été 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 est permis via une interface Webmail, avec login et mot de passe sécurisé.

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

## SUPPORTS PROMOTIONNELS

Un flyer de présentation du projet en version [française](#) et [anglaise](#) a été réalisé en format digital dans un soucis de communication « durable ». Il reprend les informations clés du projet, de manière similaire aux pages web de présentation du projet. Il est à la disposition des partenaires pour promouvoir CONCERTO RENOV auprès de leurs interlocuteurs par email notamment. Un roll up promotionnel aux couleurs du projet a été également créé et imprimé. Il est utilisé sur les événements pour donner de la visibilité au projet et présente un QRCode qui amène sur la page web de présentation du projet sur le site de Sonergia pour plus d'information.

## ROLL'UP

**CONCERTO RENO**

**LE PROJET CONCERTO RENO**  
Construire une plateforme de services pour accélérer la réalisation de travaux de rénovation énergétique.

**Coordonner et simplifier les échanges entre les acteurs du projet**

**sonergia** **SOIHA** **SOIHA** **SOIHA** **Capenergies**

Co-financé par l'Union européenne

[www.sonergia.fr/concerto-renov](http://www.sonergia.fr/concerto-renov)

**Le projet CONCERTO RENO**  
Construire une plateforme de services pour accélérer la réalisation de travaux de rénovation énergétique.

**CONCERTO RENO**

Un projet financé dans le cadre du programme européen LIFE de la Commission Européenne.

**CONCERTO RENO a pour objectif de faciliter les démarches des particuliers en rassemblant tous les acteurs de la chaîne de valeur de la rénovation énergétique sur une même plateforme, véritable solution intégrée allant du diagnostic du logement au suivi des économies d'énergie post-travaux.**

**Durée : 3 ans (2022 à 2025) Budget : 1,5 M€**

**Une plateforme unique pour accélérer le passage à l'acte des ménages, vers des rénovations globales et performantes**

**CONCERTO RENO repose sur 2 piliers :**

- Un écosystème rassemblant toutes les parties prenantes (opérateurs, entreprises du bâtiment et particuliers) pour une offre locale et coordonnée.
- Tout le CONCERTO, développé par SONERGIA avec le CSTB, pour allier un diagnostic du logement et des solutions de travaux.

**Étapes :** 1. Diagnostic, 2. Planification, 3. Travaux, 4. Financer, 5. Réaliser les travaux, 6. Suivre les performances

Flyer RECTO FR

**CONCERTO RENO : un projet au cœur de la « vague de rénovations pour l'Europe »**

La Commission Européenne a publié en 2020 la stratégie « Une vague de rénovations pour l'Europe - Vivre nos bâtiments, créer des emplois, améliorer la qualité de vie » pour stimuler la rénovation dans l'UE.

**Son objectif : doubler les taux annuels de rénovation énergétique dans les 10 prochaines années.**

La vague de rénovation identifie 3 domaines prioritaires :

- Lutter contre le précarité énergétique et rénover les logements les moins performants,
- Intervenir sur les bâtiments publics,
- Réaliser des actions de décarbonation du chauffage et du rafraîchissement.

**Les étapes clés du projet**

2022 : Création de la plateforme CONCERTO RENO  
2023 et 2024 : Développement de la plateforme  
Fin 2024 : Mise en œuvre opérationnelle de la plateforme

Après validation de ce modèle référentiel, les partenaires encourageront sa réplique en France et dans d'autres pays européens !

**La rénovation énergétique des logements en Europe et en France : un vivier d'économie majeure pour les particuliers et un meilleur confort de vie**

**EN EUROPE**  
Et à 95% des bâtiments existants le seront livrés en 2050 (avec une exception dérivée aux dépendances aux combustibles fossiles pour le chauffage et la climatisation). Actuellement, seuls 11% du parc immobilier de l'Union Européenne font l'objet d'un certain niveau de rénovation chaque année. Les rénovations profondes qui réduisent la consommation énergétique de plus de 50% ne concernent que 0,2% du parc immobilier. Les types de travaux les plus performants (notamment la haute efficacité carbone dans le secteur du bâtiment) tardent à être mis en œuvre. Tandis que la précarité énergétique reste un enjeu majeur, plus de 26 millions d'Européens manquent des moyens de chauffer correctement leur logement.

**EN FRANCE**

Tandis que 3,8 millions de ménages rencontrent des difficultés pour régler leur facture de chauffage,

**Les partenaires**

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** **Capenergies** **SOIHA** **SOIHA** **SOIHA**

Co-financé par l'Union européenne

**Suivez-nous !**  
concerto-renov | concerto\_renov

[www.sonergia.fr/concerto-renov](http://www.sonergia.fr/concerto-renov)

Flyer VERSO FR

## VIDEO

Il est prévu la réalisation d'une vidéo de présentation de la plateforme CONCERTO RENO, pour une diffusion notamment sur les réseaux sociaux. Des capsules vidéo de type success stories pourront appuyer la valorisation des réalisations.

## ÉVÈNEMENTS



Les activités de dissémination s'appuient notamment sur la participation des membres du consortium à des événements (ateliers, conférences, salons, etc.) locaux, nationaux et de portée européenne afin de promouvoir le projet et ses avancées.

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 évènements dans lesquels CONCERTO RENO V a été présenté jusqu'à maintenant :

EVENEMENTS	DATE	LIEU	NBR PARTICIPANTS
Lancement national CONCERTO RENO V	18/04/2023	Paris	133
Information sur le programme CONCERTO RENO V lors d'une réunion avec la CAPEB du Jura	30/01/2024	Dole	28
Quel habitat durable pour demain ? Enjeux et innovations pour la Corse	15/02/2024	Corte	104
Salon européen du mix énergétique bas carbone MIX-E (Stand & prise de parole)	10-11/04/2024	Lyon	<i>En cours d'évaluation</i>
LIFE / Horizon 2020 contractor workshop on integrated home renovation services	29-30/04/2024	Bruxelles	55
Réunion information lancement démonstrateur Jura	18/04/2024	Lons Le Saunier	31
Réunion information lancement démonstrateur Landes	25/04/2024	Dax	49
Webinaire LIFE Build Up Skills 2 (BUS 2)	16/05/2024	En ligne	41
<b>TOTAL</b>			<b>441</b>

Pour 2024-2025, un ciblage des évènements majeurs est en cours d'identification.

Dans la lignée du symposium de démarrage du projet, une grande conférence finale sera organisée pour promouvoir les résultats 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 sont menées.

Un premier communiqué a été diffusé pour le lancement du projet, ainsi qu'une invitation presse à l'occasion des ateliers de lancement de la plateforme dans les 2 territoires de démonstration. D'autres communiqués de presse seront rédigés et diffusés, aux prochaines étapes clés du projet.

Un fichier presse de référence a été établi. Il liste une 30<sup>e</sup> de médias et contacts de la presse locale, nationale et spécialisée pouvant avoir un intérêt pour le projet.

Des actions d'achat d'espace presse sont visées en 2024-2025 : un espace dans la presse locale des territoires de démonstration et un titre spécialisé. L'achat d'espace dans un magazine diffusé à l'occasion d'un salon d'envergure est également envisagé.

## 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.

## CRÉATION DE SYNERGIES AVEC D'AUTRES PROJETS NATIONAUX ET EUROPÉENS

Les partenaires du projet CONCERTO RENO V ont entrepris des rapprochements avec des projets nationaux et européens dans le domaine de la rénovation :



- Participation au « Re-LAB France Final conference in Brussels », le 22 février 2024, où était présentés les projets H2020 « re-MODULEES » et « SAVE THE HOMES » ;
- Participation à la rédaction du livrable D3.6 « One Stop Shop guidelines » du projet re-MODULEES et référencement de la plateforme CONCERTO RENOVO ainsi que de l'outil Concerto sur la plateforme du projet re-MODULEES ;
- Participation à l'évènement annuel des SERAFINS, le 11 avril 2024, en lien avec le programme ORFEE ;
- EU Peers à l'occasion du 1<sup>er</sup> sommet IHRS le 11 juin 2024 à Bruxelles, intégrant ainsi la communauté européenne et faisant suite aux réunions trimestrielles auxquelles participent des partenaires du projet ;
- « Sister project- renovation one-stop-shops » regroupement de 13 projets européens Life, mené par le projet Life HORIS : réunions mensuelles de partages d'informations et retours d'expériences inter-projet ;
- Echanges avec le projet européen LIFE22-CET-MultiHome (Coordinateur : ENERGY AGENCY OF PLOVDIV ASSOCIATION - Bulgarie) ;
- Echanges avec le projet européen Life Build Up Skills 2 (BUS 2) et participation à la rédaction de la description des orientations et des propositions d'actions du projet ;
- Programme français PROFILLE comprenant le projet RESTORE (Programme CEE) ;
- Rapprochement avec le projet européen SRI2MARKET en vue d'une collaboration : participation à l'évènement « WEBINAIRE - FORMATION À L'ÉVALUATION SRI » le 28 mai 2024.

## 2.5. TABLEAU DE BORD ET ÉVALUATION

À l'occasion de cette mise à jour du plan de communication, les activités de communication et de dissémination ont été revues afin d'ajuster les moyens mis en œuvre. Pour faciliter la remontée d'indicateurs, celle-ci 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. Le tableau de suivi présente les indicateurs de réalisation de l'ensemble des partenaires à l'exception des statistiques de consultation de la page web pour Soliha Jura Saône-et-Loire et Soliha Landes (dispositif mis en place prochainement) (\*).

ACTIVITÉS	Objectif	Description	Quand	Indicateurs visés	Indicateurs réalisés
<b>Supports de communication</b>	Susciter l'intérêt des participants lors d'événements	Identité visuelle : logotype, cahier de normes, modèle PowerPoint	M6	Un maximum de 1000 flyers distribués.	Logo, charte, bannières, modèle PowerPoint, flyer FR et EN, roll-up. Pas de diffusion au format papier mais au format numérique.
<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	2 099 visiteurs uniques (*)
<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	Twitter : 19 abonnés > compte gelé LinkedIn : 155 abonnés
<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 RENO	M1 à M6	Nombre de vues : 200 à M36	Flyer digital (Vidéo à venir)
<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	1 Communiqué 1 invitation presse 15 retombées presse 30 médias identifiées
<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	Réalisation du Template 2 Newsletters diffusées 1 Newsletter en cours de rédaction Nbre de destinataires : N°1 : 663 N°2 : 675
<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 événements) : 500	441