

**Objet : Renouvellement de la communication du DDTour, en accompagnement de la refonte de l'offre de visite avec lancement en novembre 2017**

## A. CONTEXTE GÉNÉRAL

### 1. Présentation du Cerdd

Le Cerdd (Centre Ressource du Développement Durable) existe depuis 2001, il était constitué en association jusqu'en 2006 pour devenir un Groupement d'Intérêt Public (GIP). Le Cerdd est au service des acteurs des Hauts-de-France pour les inciter et développer leur engagement en faveur du développement durable. L'objectif transversal du Cerdd est d'inciter ses publics à s'inscrire dans une démarche globale de transitions économiques, sociales et écologiques sur le territoire régional. Le Cerdd leur met à disposition des ressources et services pour leur permettre d'y parvenir dans les meilleures conditions.

Les trois missions transversales du Cerdd sont :

- Stimuler et renforcer de l'engagement des acteurs
- Faciliter et accompagner les démarches concrètes des acteurs
- Identifier et faire connaître les innovations des acteurs

Le CERDD travaille sur cinq thèmes différents :

- Villes Durables et Nouveaux Modèles de Développement
- Alimentation durable et circuits courts,
- Transitions économiques
- Changement climatique
- Territoires en transitions

Ses ressources et services sont :

- **des publications multi-support** pour comprendre et explorer de nouveaux sujets
- **des événements co-produits** pour stimuler ses ambitions
- **des initiatives** en région pour découvrir des exemples concrets
- **des données chiffrés** pour étayer ses argumentaires
- **des sites internet** pour s'informer et se documenter
- **des réseaux animés** pour créer des partenariats durables
- **des visites d'étude** pour s'inspirer sur le terrain
- **des Ambassadeurs engagés** pour sensibiliser sur le DD

Le Cerdd a développé le DDTour, une offre de voyages d'étude à travers la région Hauts-de-France (au départ Nord-Pas De Calais, ouverture à la Picardie fin 2017). Ce dispositif permet ainsi au Cerdd de démultiplier son action sur le territoire avec pour objectif d'inciter les acteurs à s'engager en faveur du développement durable. Le DDTour est donc à la fois une vitrine des bonnes pratiques en région et un dispositif transversal motivant et inspirant.

## 2. Zoom sur le DDTour

### 2.1 Le dispositif

Le DDTour a été créé en 2014, c'est un service de voyages d'étude organisé à la demande pour des publics de professionnels ou des groupes investis dans des projets municipaux, économiques etc (voir en annexe 1 page 7). Ces visites d'une demi-journée sont menées par les porteurs de projets locaux, éventuellement les élus. Cette offre permanente a pour vocation de favoriser le partage d'expériences et donner l'opportunité aux acteurs de « *voir et toucher des trajectoires de développement durable* » pour échanger, approprier des démarches, rencontrer les porteurs de projet sur le terrain.

Le DDTour est actuellement constitué de **douze visites d'une demi-journée sur le territoire du Nord-Pas de Calais**. Les thèmes actuellement soulevés lors des visites sont le climat, la biodiversité, le cadre de vie et urbanisme. Depuis sa création **100 visites ont été organisées pour 2600 visiteurs** environ.

Les groupes de visiteurs sont issus de **collectivités, de l'enseignement supérieurs, d'institutions, d'entreprises ou d'associations**.

Le public actuel vient principalement de la région mais une part de plus en plus importante provient des autres régions françaises et de l'international.

Le DDTour a été au départ conçu en complémentarité avec l'offre de services des Ambassadeurs du Développement Durable (voir annexe 2 page 8) pour sensibiliser et favoriser le transfert de bonnes pratiques. Malgré un fonctionnement interdépendant lors du lancement, le DDTour et les Ambassadeurs du Développement Durable sont aujourd'hui clairement dissociés.

### 2.2 Rappel des étapes et des outils de communication préexistant

Lors du lancement en 2014, une campagne de communication a été menée avec la création d'une série d'outils : charte graphique dédiée, catalogue du DDTour, vidéos, affiches ...

Une valorisation presse a également été effectuée : communiqués, dossier de presse, conférences et visites de presse...

A noter que le DDTour étant au départ lié aux Ambassadeurs du Développement Durable, la charte et l'ensemble des outils de communication avait été conçu de façon conjointe.

Depuis son lancement, la communication du DDTour n'a pas été renouvelée, excepté la valorisation sur le site web et les réseaux sociaux du Cerdd qui ont pris de l'ampleur. Les contenus web ont ainsi été consolidés avec une rubrique dédiée enrichie au fil du temps par des témoignages de visiteurs par exemple.

**Le succès du projet auprès des partenaires et des participants est davantage dû à la qualité des projets des hôtes de visites qu'à une communication intense et omniprésente, sauf au moment du lancement bien sûr.**

## B. LE DDTOUR EN 2017

### 1. L'échelle Hauts-de-France

Le Cerdd déploie aujourd'hui son activité sur l'ensemble du territoire des Hauts-de-France, l'offre DDTour va donc naturellement suivre cette évolution.

Ainsi, l'offre initiale des douze visites va évoluer pour continuer à impliquer les acteurs locaux et acculturer le public régional Hauts-de-France (nouveaux thèmes, visites picardes, une communication renouvelée et territorialisée). La création de deux visites sur le territoire picard est prévue en 2017.

### 2. Le DDTour Grand Format

Pour compléter l'offre « classique » d'une demi-journée, le Cerdd développe le « DDTour Grand Format ». L'idée est de proposer des programmes de visites approfondis sur une durée plus longue (1 à 2 j), en partant des vitrines les plus porteuses de l'offre que sont les visites de Loos-en-Gohelle, de Pochéco et de Grande-Synthe. Ce format permet aux visiteurs d'aller plus loin sur un même territoire clé, et d'optimiser ainsi un déplacement quand les visiteurs viennent parfois de loin.

Il y a trois visites « DDTour Grand Format » :

- Bassin minier : transitions du bassin minier
- Métropole lilloise : transitions économiques
- Dunkerquois : transitions du littoral

Afin d'optimiser l'organisation de ces visites « Grand Format » les opérateurs touristiques locaux ont été intégrés au processus. Le premier produit issu de cette collaboration, « Transitions du Bassin Minier », prend la forme d'une journée packagée ainsi que d'une offre à la carte. Les deux sont intégrés au catalogue de l'Office de Tourisme Lens/Liévin, avec le développement d'une offre grand public complémentaire à la version « pro ». Les guides de l'Office de Tourisme ont été formés pour à leur tour mener les visites vers ces nouveaux publics.

**Cette évolution du projet est notoire et la collaboration avec les professionnels du tourisme représente un enjeu fort pour la suite du projet et son rayonnement à l'échelle nationale.**

**//// Au total le DDTour dans sa version mise à jour comptera donc  
3 offres Grand format + 16 offres en demi-journée (certaines en négociation) ////**

### 3. Le concept DDTour au delà des Hauts-de-France

Le Cerdd a proposé aux agences partenaires du RARE (Réseau national des Agences Régionales de l'Energie et de l'Environnement) de développer une offre DDTour à l'échelle nationale. Le partage de méthodologies, de conseils sur le montage et les écueils après deux ans d'existence le Cerdd a accompagné la naissance de nouveaux DDTour. Le premier programme de visites DDTour « hors les murs » a été développé par l'Agence Régionale pour l'Environnement de Normandie. 8 visites ont été montées dans le cadre des actions collectives du réseau inter-agences sur le modèle de notre dispositif régional. L'étape suivante sera la création de DDTour en Ile-de-France, Rhône-Alpes et en Provence-Alpes-Côte d'Azur, pour offrir ainsi une proposition à l'échelle nationale et croiser nos publics.

## C. COMMUNICATION DU DDTOUR

### 1. Une communication à renouveler

Au vu des nombreuses évolutions du DDTour : la nouvelle échelle territoriale Hauts-de-France, le contenu et les modalités de visite, l'identité graphique devenue obsolète... il devient primordial de relancer la communication globale du DDTour.

**Les objectifs des actions de communication sont :**

- **Stimuler la demande de visite sur l'ensemble des cibles visiteurs**
- **Informier sur la nouvelle offre en région HdF et en France**
- **Mobiliser la communication relais via les partenaires, les prescripteurs et les hôtes de visite**
- **Relancer la dynamique sur les visites déjà existantes**

### 2. Nos publics cibles

#### Publics « Visiteurs »

- Collectivités : Elus, techniciens
- Enseignement supérieur
- Entreprises : via démarches RSE, CE, démarches DD...
- Institutions : financeurs, fondations,
- Associations

**Origine géographique : région / France / Europe... (voir détail des visites depuis 2014 annexe 1 page 7)**

#### Publics « relais »

- Partenaires Directs du Cerdd : financeurs, gouvernance (AG, CA...), collaborateurs, réseau des Ambassadeurs du DD
- Partenaires du DDTour : Hôtes de visites, acteurs du tourisme, membres du COPIL
- Presse : PQR, spécialisée environnement pou collectivités...
- Autres prescripteurs : Têtes de réseaux, associations de collectivités + anciens visiteurs DDTour, réseaux nationaux du Cerdd (Agences du RARE, 4D, Comité 21 ...)

*Certains acteurs sont à la fois des cibles visiteurs et des relais.*

## D. CONTENU DE LA PRESTATION EN COMMUNICATION ATTENDUE

### Lot 1 /// Stratégie de communication par public

#### **Intentions**

Le Cerdd souhaite s'entourer d'un prestataire qui pourra structurer une stratégie d'approche des différents publics identifiés et décliner les messages clés pour présenter le DDTour et faciliter son appropriation par les hôtes et les publics relais .

- Stratégie d'approche des différents publics et partenaires
- Définition de la gamme d'outils de communication à créer (en partant de la liste pressentie par le Cerdd, et amendée de nouvelles propositions)
- Priorisation des canaux de communication
- Conseil rédactionnel sur les messages clés : éléments de langage de présentation DDTour et messages d'interpellation.

**>>> Livrables attendus :** *Note sur la stratégie - Production d'éléments de langage / conseil sur les principaux outils de communication écrits (catalogue / flyer), conseil sur l'élaboration de l'évènement de lancement développé ci dessous.*

### Lot 2 /// Relations publiques + presse

#### **Intentions**

**1/ Évènement de lancement :** Le Cerdd souhaite marquer le lancement de la nouvelle offre DDTour par un temps fort le 7 novembre 2017. Il est attendu que ce moment soit à la fois une occasion privilégiée de valoriser le nouveau format de visite proposé sur 3 destinations + l'ensemble des nouvelles visites avec ouverture hauts de France.

La tonalité de cet évènement sera entre le temps officiel avec les partenaires, les hôtes de visites et les représentants de la gouvernance du Cerdd (la date est déjà à l'agenda de notre vice président M Rappeneau) et le moment convivial avec l'enjeu de rendre visible l'ensemble de l'offre régionale en étant basé à un seul endroit. Selon les conseils du prestataire la presse fera l'objet (ou non) d'une attention particulière . Le sujet sera traité lors du Copil du 9 juin auquel le prestataire sera présent.

**>>> Livrables attendus :** *Animation d'un temps d'échange lors du copil du 9 juin, note de cadrage de l'évènement au regard des retours du copil du 9 juin prochain. Conseil sur les éléments de langage de l'invitation et aide à l'organisation avant et pendant l'évènement.*

**2/ Relations presse :** Le Cerdd souhaite que la nouvelle offre DDTour bénéficie d'une couverture presse à plusieurs échelles pour faire connaître largement le service et ses nouveautés. En effet, depuis le lancement en 2014 aucun zoom presse n'a été effectué. De plus, après 3 ans d'existences, de nombreux éléments de bilan et de témoignages ont été produits. Ces derniers pourront enrichir le dossier de presse et offrir différents angles de traitement du sujet pour les journalistes. Une attention sera portée à toucher les organes de presse interne des différentes institutions notamment dans leur communication vers leurs élus, plus qu'auprès du grand public.

**>>> Livrables attendus :** *Stratégie presse comprenant : communiqué / dossier de presse / ciblage de médias à intégrer dans nos réseaux, accompagnement presse de l'évènement de lancement, visite presse associée à un éductour prescripteurs organisé par le Cerdd (en option)*

*Familles de média identifiées (à consolider par le prestataire)*

- presse quotidienne régionale
- presse institutionnelle
- presse spécialisée (environnement, collectivités....)
- presse web / web magazine
- Blog spécialisés
- .....

## Lot 3 /// PAO des supports de communication web & print

### **Intentions**

Le Cerdd souhaite renouveler intégralement la gamme d'outils de présentation de l'offre DDTour. Les nouveaux supports devront être réalisés selon la charte graphique du Cerdd mise en place en 2015 (place forte des images, usage des pictos le tout de façon mesurée, sans foisonnement, au service du contenu) tout en gardant certains codes du DDTour (couleur et logo). Au delà du soin porté à l'esthétisme et à l'impact visuel des outils, les productions comme le catalogue devront être conçus pour que les infos soient lisibles et clairement organisées afin d'en faciliter la compréhension par de très divers publics.

**Livrables attendus** : Note sur les éléments de charte revisitée, fichiers print des différents outils ci-dessous (base ajustable selon les préconisations des prestataires retenus pour la stratégie de communication et la PAO)

- *Renouvellement de la charte graphique DDtour (charte Cerdd et exemples de PAO fournis par le Cerdd au lancement du projet)*
- *Catalogue de promotion (print & web) : A 5 + base 32 pages*
- *Création de trois mini-guides pour le DDTour Grand Format (1 par territoire) : A5, 4 pages >>> option de fourniture d'une seule maquette type dont l'alimentation en contenus serait faite par le cerdd*
- *Flyer : A5*
- *Kit com relais : bannière mail, encart web...*
- *Stand kakémono*
- *.....*

*A noter : Sont intégrés dans la prestation seulement la conception des outils et leur livraison numérique les impressions seront prises en charge par le Cerdd.*

*Le prix de la prestation devra comporter deux options complémentaires : fourniture des fichiers sources ou tarif de mise à jour de fichier du type ajout de 4 pages au catalogue si ajout de visites par exemple.*

## E. RÉTROPLANNING PREVISIONNEL DU PROJET

<i>Rétro chrono</i>	<i>Dates</i>	<i>Tâches/échéance</i>
J-5mois	début juin	Réponse des prestataires
J-5mois	09 juin	COFIL avec partenaires du Cerdd
	mi-juin	Rendez-vous de briefing de l'équipe projet
J-5mois	Juin	Elaboration stratégie de communication
J-5mois	Juin	Nouvelle charte + pages types pour préparer les contenus texte/image
J-5mois	Juin	Réflexion sur l'événement de lancement du DDTour et du DDTour Grand Format
J-4 mois	Juin/juillet	Validation de l'événement de lancement du DDTour et du DDTour Grand Format
	Septembre/début octobre	PAO catalogue du DDTour + mini guides + kakémono...
J-5/4mois	Septembre	Conception du dossier de presse
J-3 semaines	Mi-octobre	Campagne presse
J-3 semaines	Mi-octobre	imp de la gamme d'outils de communication
<b>J</b>	<b>7 novembre</b>	<b>Lancement com DDTour &amp; DDTour Grand Format + évènement</b>
	Mars/avril 2018	Accompagnement eductour prescripteurs

## **Annexes du cahier des charges communication du DDTour**

### **Annexe 1 : Les visiteurs DDTour depuis 2014**

#### **Collectivités** (élus, techniciens, habitants ou associations locales investies dans les projets municipaux)

Commune de Loison-sous-Lens, Ville de Grande-Synthe, Ville de Lezennes, Ville de Ronchin, élus de Wavrin, Ville de Valenciennes, Ville de Loos-en-Gohelle, Ville de Lomme, Ville de Faches Thuménil, Commune de Petite Forêt, Communauté Urbaine de Dunkerque (CUD), CG59 (2), Ville de Bruxelles, SIVOMANO (Alliance Nord-Ouest intercommunalité 59520 Marquette-lez-Lille), Ville de Fourmies(2), la MEL, MRC (Municipalités régionales de comté, Québec), Ville de Creil, Maison de la Ville (lieu d'accueil, d'informations et de ressources sur le développement durable, Creil), Valenciennes Métropole (PLUI/Plan Climat), Ville d'Anstaing, Ville de le Mené, SEM Ville renouvelée...

#### **Institutions**

Pôle emploi, CAUE62, DENVI/CR (Direction de l'Environnement), DREAL, Hôpital Maritime de Zuydcoote, DREAL service Connaissance, DREAL (Valenciennes), Ministère de l'Environnement, DIRNord (Direction Interdépartementale des Routes Nord)(4), VNF(Etablissement Public Administratif)

#### **Enseignement supérieur**

Les universités, les écoles, les chercheurs, enseignement supérieur, lycées : INSET Etudiants filière DD, ESJ (Ecole supérieure de journalisme de Lille) (2), INSTEP Formation(2), ULCO(Université du Littoral Côte d'Opale) (3), Etudiants ISA en aménagement du territoire (2), Lycée Sainte-Marie Syndicat Avenir Agricole et Rural de la Vallée de la Lys, Université de Valenciennes, Université du Littoral, AMAP Sciences Po Lille, Lycée Baggio, centre de formation d'apprenti (2), Université Lille 1(5), Université Rennes 1, Centre apprentissage Seine et Marne (2), Lycée agroenvironnemental Arras (2), Paris 1 Sorbonne, Lycée Arthur Rimbaud (59450 Sin-le-Noble), Ecole des mines de Douai, Université Populaire de Roubaix, Lycée Français International de Porto (Portugal), Hautes Etudes Régionales, Sciences Po, Lille, Séminaire des Directeurs Délégués aux formations Professionnelles et Technologiques

#### **Entreprises** ( salariés, équipes dirigeantes, dans le cadre de projets RSE, de CE)

Groupe SIA (3), CJD Centre des jeunes dirigeants d'entreprise, Enercoop, Club Climat de l'IFPEnergies Nouvelles, Groupe La Poste/RSE, GRET (Groupement Régional de l'Equipement Technique du bâtiment)...

#### **Associations**

APEI Valenciennes, PNR Oise, APPA (Association pour la prévention de la pollution atmosphérique), Groupement Qualité NPDC, UFC Que choisir, Fondation Heinrich-Boll (2), Uniscité Dunkerque, ASBL Agepa association (Belgique), Club qualité 35 (entrepreneurs architectes bâtiment), UFCV (Bouvines), Energy Cities (association européenne des autorités locales en transition énergétique), GRDR (Association internationale de solidarité), Association Renforth, Associations Bruxelles habitat et participation, Association...

DDTour organisés par le Cerdd regroupant de public mixtes : Ambassadeurs du DD, public du salon Environord, réseau Alimentation Durable (ReADY)...



## **Annexe 2 : Présentation des Ambassadeurs du Développement Durable**

Les Ambassadeurs du Développement Durable, forment un réseau de 91 membres accompagnés par le Cerdd, pour faciliter et accompagner l'engagement de tous pour le développement durable en Hauts-de-France.

Ce dispositif existe depuis 2010 et se donne pour ambition de multiplier les occasions d'expliquer simplement et concrètement le développement durable et la lutte contre le changement climatique aux acteurs régionaux : élus et agents du secteurs public, acteurs économiques et associatifs, les citoyens.

Le réseau poursuit trois objectifs :

- Valoriser les bénéfices des démarches de DD
- Favoriser les changements de comportements individuels et collectifs
- Encourager l'émergence de projets concrets de développement durable (depuis 2010, 230 projets ont été stimulés par une intervention « Ambassadeur »)

Les Ambassadeurs du développement durable sont des personnes volontaires et qualifiées, issues d'horizons professionnels variés. Ils rejoignent le réseau en accord avec leur structure d'appartenance. Les structures peuvent ainsi renforcer leur engagement et le partager en interne comme en externe. Les Ambassadeurs conduisent des interventions gratuites et pédagogiques.

Ils s'adaptent aux besoins des groupes qui sollicitent leur intervention grâce à :

- un format souple de 30 minutes à 2 heures
- des thèmes transversaux ou spécifiques : approche globale du développement durable, changement climatique, biodiversité, qualité de l'air, rev3 etc...
- différents types de manifestations : formation, clubs d'entreprises, assemblées locales des collectivités, ciné-débats, journée ou semaine du DD, événements associatifs etc...

Le Cerdd forme et outille les ambassadeurs du réseau, organise et anime le réseau, communique et valorise le service, valorise les membres du réseau et leurs structures, centralise les demandes et évalue l'impact du dispositif.