# Information presse

**Roubaix, le 1er juillet 2009**

**L'Agence « Sous tous les Angles »** à Roubaix (59) poursuit son développement : la signature de nouveaux marchés conforte son ancrage dans la **communication Responsable et Durable** !

## Réseau Ferré de France : la communication « chantier » pour Donner du sens au projet !

Lors de la mise en oeuvre d'un chantier de longue durée et générateur de nuisances... Comment apaiser les relations avec les riverains, les associations et communes impactées ? Comment valoriser le travail de RFF et notamment ses engagements en matière de Développement durable ?
**Le parti pris de l'agence sous tous les angles (STLA)** : un plan de communication très opérationnel, abordant l'information sur le chantier de façon pédagogique. L'agence privilégie un traitement graphique, technique et éditorial qui suscite la curiosité des utilisateurs...
Un long travail de concertation avec les différents acteurs (élus et riverains des communes impactées, entreprises de BTP ,associations, usagers,) pour Construire la confiance, nourrir la curiosité, et se donner l'occasion d'expliquer les coulisses d'une telle opération

***> Rando presse chantier - boite à outils - concept graphique et éditorial attractif et mémorisable...***

## Ville de Lille : rendre visible et valoriser la politique « Développement durable » de la Ville auprès des habitants...

Comment rendre visible les efforts et les engagements de la municipalité de Lille pour construire et gérer durablement la Ville ? Comment faire travailler en transversalité toutes les équipes techniques de la mairie au service de la qualité de Vie en ville ?....
**Le parti pris de l'agence** : concevoir une démarche de communication et des outils adaptés pour corriger l'image négative perçue par les Lillois, faciliter la compréhension des messages et optimiser leur diffusion auprès des habitants.

***> Charte graphique « Projets » - mission communication inter-services - outils pédagogiques, infos « d'ultra proximité »***

## Scot du Grand Douaisis : faire vivre le 1er plan climat Energie territorial de France ...

Comment passer d'un plan d'actions théorique à un projet concret et vivant ? Comment mobiliser tout un territoire (plus de 60 villes, 4 intercommunalités, 3 Parcs naturels régionaux) comment entraîner les habitants dans une dynamique nouvelle pour collectivement changer de comportements, adopter des éco-gestes acquérir le réflexe "économie d'énergie" dans tous les actes du quotidien

**Le parti pris de l'agence** : fédérer les élus autour d'un plan de communication commun, créer des outils appropriables par chacun et par tous. Privilégier le web, la proximité et la pédagogie par la preuve.

***> Plan d'animation très concret – Randos presse – création d'outils (web et print ) et d'événements générateurs de liens et de coopération***

## L'Union et la force de vivre ensemble, entreprendre, autrement

L'Union est l'un des principaux projets de renouvellement urbain français situé au cœur du Grand Lille. Eco-quartier, il est voué à accueillir des habitants, des entreprises, des filières économiques innovantes et branchées sur l'avenir.

Comment réussir et faire vivre dans le temps cette rénovation urbaine, comment impliquer et faire adhérer ? Comment accorder dans l'action les partenaires (villes, CCI, filières d'excellence, pôles de compétitivité...) ? Quels plans d'action, quels éléments de cohérence, quel pilotage mettre en œuvre pour positionner l'Union face aux grands projets nationaux et européens ?

**Le parti pris de l'agence** : Mettre en œuvre une communication PROJET qui associe l'ensemble des partenaires, publics ou privés, concevoir, alimenter et faire vivre une « turbine d'information ».

***> Portail internet (espaces collaboratifs, éditions...) - animation de comité éditorial – Définition des contenus d'information...***

## L'Ecole de la Rénovation urbaine : appréhender la rénovation urbaine dans toutes ses dimensions relationnelles...

Comment construire l'image et la notoriété d'un lieu de formation destiné à tous les acteurs du renouvellement urbain et de la gestion des quartiers (urbanistes, directeurs ou chef de projet rénovation urbaine, acteurs économiques et sociaux, élus....). Comment positionner un centre de formation sur un concept inédit auprès de publics divers ?

**Le parti pris de l'agence :** des alliances de communication avec les réseaux des partenaires - Une identité graphique « impactante »...

***> Création et animation site internet www.ecoledelarenovationurbaine.com – Editions de supports - Partenariat avec les Editions Autrement – Conception des cahiers de conférence des acteurs de la rénovation urbaine...***

*** * ***

## Sous tous les angles, une agence engagée et responsable

Créée en 1990, Sous tous les Angles compte plus de 200 références : Ville de Paris, Communauté Urbaine de Bordeaux, Ministère de l'Équipement, Conseil général (Landes, Hérault....), Communauté d'Agglomération de Metz Métropole, Communauté du Pays d'Aix en Provence,...

Aujourd'hui l'agence réaffirme ses **engagements pour une communication utile, cohérente et Citoyenne....**

**Pour en savoir plus rendez-vous sur** : www.soustouslesangles.fr ./ rubrique Références

**Contact Presse**

Isabelle Dubar - isabelle.dubar@neuf.fr - Tel.06.12.51.41.45