

Le contexte de l'innovation

Afin de développer l'image externe et l'attractivité de leur territoire, de nombreuses collectivités ont lancé ce qu'on appelle des « marques de territoire ».

L'idée innovante

Dans cette même logique, Rennes La Novosphère est une démarche de valorisation du territoire rennais à travers non une "marque " mais un réseau social d'innovation.

L'objectif recherché

- Valoriser l'innovation et la créativité des acteurs locaux au sein de la métropole et à l'extérieur.
- Retenir, attirer les porteurs d'innovation et démontrer l'ouverture du territoire face à l'intégration et l'émergence de jeunes entrepreneurs.

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

- Une démarche partenariale : 30 partenaires au total qui identifient les projets innovants dans leurs filières et proposent leur labellisation lors des comités opérationnels (réunions trimestrielles avec l'ensemble des partenaires).
- Un plan de communication

- Mars 2012, mise en place d'un dispositif en ligne : Site internet, Facebook, Twitter, chaîne Youtube...; mise en place de relations presse nationales ; organisation d'une soirée de lancement organisée dans une halle industrielle en friche de l'éco quartier en construction « La Courrouze » (lieu et une scénographie innovants).

- Septembre / octobre 2012, communication grand public : diffusion d'un clip promotionnel (dans les cinémas Gaumont), décliné en affiches, encarts presse et web.

Message : à Rennes, l'innovation est partout. Rennes la Novosphère lui donne l'énergie d'avancer.

- Le plan média (en cours)

Pour la création du visuel, il est envisagé de faire appel à la technique de la réalité augmentée. Une application pourrait être développée sous forme de jeu autour l'effervescence des idées représentée en 2D sur les encarts.

L'idée est de faire rayonner la démarche au-delà de son territoire d'origine en sélectionnant des médias d'information, carrefours d'audience tels que le monde.fr; nouvelobs.com, liberation.fr et rue89.com.

- La campagne d'affichage

Afin d'assurer une visibilité instantanée forte à Rennes, une campagne d'affichage est prévue sur une durée de quinze (15) jours du 24 septembre au 8 octobre 2012.

Le contenu de la réalisation

Rennes La Novosphère, c'est :

- un réseau social d'innovation sur le territoire ;
- un dispositif partenarial chargé d'identifier et de soutenir les projets innovants ;
- un ensemble de moyens de communication valorisant le territoire ;
- un label décerné à des projets innovants qui seront mis en lumière.

Le site www.rennes-novosphere.com a deux fonctions :

- une fonction de communication et de valorisation du potentiel d'attractivité du territoire
- une fonction contributive d'animation, de mise en réseau et de soutien aux porteurs de projets.

La démarche d'accompagnement en communication des projets labellisés : valorisation des projets à l'aide des outils en ligne propres à Rennes la Novosphère et des outils des partenaires ; mise à disposition des espaces d'affichages ; soutien en conception, édition, diffusion de supports communication ; soutien en relations presse ; accès aux médias locaux (Ouest-France, TVR 35).

À ce jour, Rennes La Novosphère a labellisé 13 projets retenus sur les critères suivants : le croisement des disciplines et des compétences, la dimension collaborative, l'utilité sociale, la valorisation du territoire rennais, l'approche internationale

Les moyens humains et financiers (budget total, coûts pour la collectivité)

En interne : un chargé de mission dédié au développement du projet,

En externe : un marché avec l'agence de communication LMY&R pour la stratégie de communication et la création des outils.

Budget Total : 420 000 € pour 2012

(création des outils en ligne : 150 000 €, événement : 100 000 €, plan de communication : 100 000 €, aide aux projets : 50 000 €, chargé de mission : 20 000 €).

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

- Evènement de lancement :

Près de 300 personnalités étaient présentes. Un chiffre très positif au regard de la démarche encore énigmatique pour beaucoup au moment de l'invitation. La scénographie et la qualité de l'animation ont été particulièrement appréciées.

La convivialité recherchée et le croisement des filières et des réseaux a été atteint au regard des réactions des intervenants et des personnes présentes à l'événement.

- Retombées presse :

Après la soirée de lancement de Rennes la Novosphère, les retombées presses se sont avérées satisfaisantes tant au niveau régional que national. De nombreux journaux et sites internet d'actualités ont réservé une attention particulière à la démarche.

- Outils en ligne :

Après quatre mois d'existence et d'activités : 9010 visites, avec 7114 visites uniques, 143 visites par jour et 77,08 % de nouvelles visites.

Les mots clés utilisés lors des navigations internet sur les différents moteurs de recherche, sont en majorité composés de "*Novosphère*" et "*Rennes La Novosphère*". Cet aspect laisse penser que la démarche relève d'une notoriété satisfaisante.

- Labellisation des projets :

La deuxième phase du plan de communication servira de point de départ pour accroître la notoriété de la démarche. Une autre vague de labellisation est prévu courant octobre.