

DOSSIER DE  
PARTENARIAT

# La belle ville

Une vie de citoyen dans un grand jardin



Un film documentaire de Manon Turina et François Marques



## SOMMAIRE

LE SYNOPSIS DU FILM 03

LE CONCEPT DU PROJET 04

LE PROJET .....05

UN FILM MAIS PAS QUE ! .....06

LA TIMELINE .....07

L'EQUIPE .....08

LES INITIATIVES POSITIVES .....09

NOUS SOUTENIR 10

DEVENIR MECENE .....11

DEVENIR SPONSOR .....12

PACK BOOSTER.....13

PACK GO GREEN .....14

PACK SPONSOR ANGEL .....15

PLAN DE COM 16

LE PUBLIC.....17

UNE STRATEGIE MULTICANAL .....18

CONTACT 20





# SYNOPSIS DU FILM

**E**t si nous sortions de l'imaginaire pour créer ensemble la ville de demain ? Une ville alliant les bienfaits de la campagne et les avantages du monde urbain. Manon et François, deux jeunes citadins, ont parcouru le monde à la recherche d'initiatives concrètes remettant la nature au cœur des villes. Entre l'ivresse des gratte-ciels verdoyants du Japon, l'insolite production de champignon dans de sombres parkings parisiens ou encore un farouche supermarché canadien qui cultive ses produits sur son toit, ils ont découvert des solutions positives et accessibles qui fonctionnent déjà. Au fil de leur voyage, ils ont rencontré ces personnes ordinaires aux idées révolutionnaires qui se cachent derrière ces projets. En faisant le lien entre toutes ces solutions, ils nous proposent leurs visions de ce que pourrait être la belle ville de demain...



# LE CONCEPT DU PROJET

UN FILM DOCUMENTAIRE  
AUTOPRODUIT



?

*Le saviez-vous ?*

**La nature en ville est une réponse à toutes nos questions.**

S'oxygéner, procurer bien-être et fraîcheur, préserver la biodiversité et la qualité de l'air, être une source d'alimentation locale... Ces actions sont autant de petits poumons verts pour nos quartiers, que bénéfiques pour l'environnement, la qualité de vie, la santé des habitants et l'attractivité de la cité.

# LE PROJET

Un projet de film documentaire qui inspire & sensibilise

## Un film

**Un film documentaire voyage palpitant et inspirant** qui a pour but de mettre en lumière des initiatives révolutionnaires remettant la nature au cœur de nos villes par le biais de **l'agriculture urbaine, de la végétalisation et de la valorisation des biodéchets en ville.**

## Des rencontres

À travers ce voyage, **nous rencontrerons de nombreux porteurs de projets positifs** de tous horizons qui vous raconteront leur histoire.

## Un voyage

**Un tour du monde** exaltant rythmé par la découverte d'initiatives, de nouvelles cultures et de nouveaux paysages. **Sur tous les continents, des solutions existent.**

## Des solutions

Entre innovations futuristes et techniques traditionnelles, les citoyens, les entreprises et les villes ont des **solutions concrètes à leur échelle pour renouer avec la nature.**



chiffres  
clés

**78%**

des Français habitent dans une ville.

Chaque années,

**86 000**

hectares de terre sont artificialisés en France.

# UN FILM MAIS PAS QUE !

---

**La belle ville est un projet qui va au-delà du simple documentaire-voyage.** Notre mission est multiple : **donner de la visibilité aux nombreux projets positifs** que nous allons rencontrer ; **nourrir et inspirer les milléniaux en quête d'informations** sur les réseaux sociaux ; **encourager et soutenir les acteurs de la transition écologique** ; et bien évidemment **nous inspirer nous-mêmes pour acter à notre échelle à notre retour de voyage.**

01

**Soutenir la transition écologique.** Après la diffusion du film, nous nous engageons à communiquer des informations techniques sur chaque initiative par le biais de fiches techniques appelées « Zoom ». **Ces Zooms seront destinés aux particuliers et professionnels** et auront pour but de les inspirer dans leur transition écologique. Techniques et informatives, ces fiches leur permettront de découvrir des informations indispensables à prendre en compte avant de se lancer dans ce type de projet (points de vigilance, conseils et bonnes pratiques, le coin juridique...).

02

**Être influenceurs web.** Embarquez avec nous dans les coulisses du tournage et suivez notre voyage en live ! À travers nos publications sur les réseaux sociaux, nous sensibiliserons la génération du digitale.



03

**Être acteur du changement.** Après ce voyage, nous comptons **entreprendre des projets** à notre échelle en dupliquant ce qu'il y a de meilleur dans le monde au niveau local pour mettre notre pierre à l'édifice et construire ensemble, **la Belle ville de demain.**





# L'ÉQUIPE



Manon Turina

Manon, professionnelle de la communication et experte du domaine de l'innovation, a toujours des étincelles dans les yeux quand on lui parle de mettre sa pierre à l'édifice pour un projet écologique. **Passionnée de graphisme, de découverte de projet innovant et de voyage depuis son enfance, elle est une vraie exploratrice des temps modernes.**

Diplômée d'une grande école en Management stratégique de l'innovation, Manon a arpenté de nombreux couloirs et salle de réunion de grands groupes pendant plusieurs années en France et dans le monde. Innovation Project Manager pour le groupe Continental, Communication Manager d'une PME en devenir ou encore Directrice Commu-

nication Interne Europe du Nord chez le géant Hôtelier Accor Invest, **Manon souhaite désormais donner du sens à sa vie de citadine.**



François Marques

François, citadin optimiste dans l'âme, spontané et curieux, est un jeune professionnel en quête d'un nouveau monde plus en phase avec ses valeurs. Ancien chargé de communication d'une station de ski renommée des Pyrénées Françaises, **il a toujours eu un goût prononcé pour l'image et la création de contenu audiovisuel.** Réaliser des films a toujours été la partie de son travail qui le satisfaisait le plus : conceptualiser une histoire, organiser les tournages, passer un temps fou au montage... **Toujours une idée créative derrière la tête et très minutieux, François souhaite aujourd'hui mettre ses compétences au profit d'un projet qui l'inspire, pour améliorer le monde à son échelle.**

***Optimistes dans l'âme et grands voyageurs, nous avons envie de rencontrer ces personnes qui changent le monde à leur échelle en développant des solutions écologiques porteuses de sens pour le monde qu'on laissera à nos enfants.***

chiffres  
clés

## 20 kg !

c'est la quantité de particules présentes dans l'air qu'un arbre adulte peut absorber en un an.



# LA TIMELINE

Un film auto-produit, en une année !

## ON DEMARCHE !

C'est le moment pour nous de vous rencontrer et de vous faire adhérer à ce projet qui a du sens.

Octobre 2020 - Février 2021

## ON SE LANCE !

Ouverture de notre site web et lancement de nos réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, chaîne youtube).

Septembre 2020

## ON COMMUNIQUE !

Lancement de de notre campagne de crowdfunding, soirée de lancement et participation à différents événements.

Décembre 2020 - Janvier 2021

## SILENCE, ON TOURNE !

Départ pour 6 mois de voyage à la rencontre de plus de 20 initiatives et personnes inspirantes aux quatre coins du monde. Nous vous partagerons tout en temps réel. Restez connectés !

Février - Juillet 2021

## ON VISIONNE & ON MONTE !

Juillet - Septembre 2021

C'est partie pour des heures de montage.

## ON PARTAGE AVEC VOUS !

L'aventure ne s'arrête pas là, au programme : diffusion du film, mise à disposition de toutes les fiches techniques (Zoom) + vidéos et enfin notre retour d'expérience.

Octobre 2021

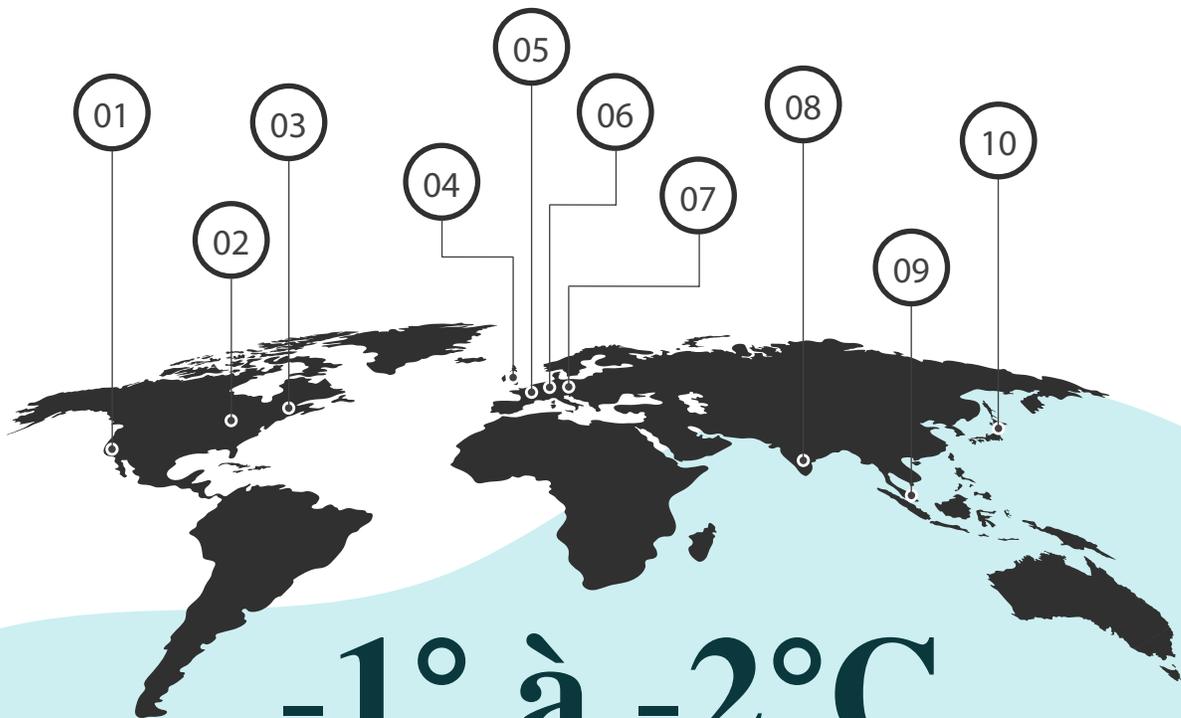
# LES INITIATIVES POSITIVES

## Carnet de route

### Notre ambition est de les rencontrer...

Voici une liste non-exhaustive des initiatives que nous avons contacté afin de les rencontrer.

- |    |                      |                                                                                             |
|----|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | RON FINLEY           | Le jardinier gangster qui révolutionne les mentalités.                                      |
| 02 | CITY FARM CHICAGO    | Ken Dunn transforme les vacants des zones urbain en ferme biologique dynamique.             |
| 03 | CEUILLETTE EN DIRECT | Un potager urbain créé sur le toit d'un supermarché.                                        |
| 04 | URBAN GROWTH         | Entreprise sociale qui collabore avec les Londoniens pour créer des espaces biodiversifiés. |
| 05 | LA CAVERNE           | Des légumes bio produits dans un sombre parking.                                            |
| 06 | VINCENT CALLEBAUT    | Architecte visionnaire de la ville de demain.                                               |
| 07 | CITYTREE             | Du mobilier urbain innovant qui améliore la qualité de l'air.                               |
| 08 | URBAN KISANN         | Une ferme en aquaponie innovante.                                                           |
| 09 | TREE HOUSE           | Le plus grand jardin vertical de la planète.                                                |
| 10 | KONODESIGNS          | Une ferme urbaine au coeur des bureaux d'un gratte ciel.                                    |



chiffres  
clés

# -1° à -2°C

dans les rues grâce aux végétaux afin de lutter contre les îlots de chaleur.

# NOUS SOUTENIR

MÉCÈNE OU SPONSOR ?



*Le saviez-vous ?*

## **L'agriculture urbaine est en plein développement dans le monde.**

En plein développement partout dans le monde, l'agriculture urbaine regroupe une grande diversité de pratiques : des projets en pleine terre à la culture hors-sol en aquaponie, en passant par des projets de permaculture, ou encore des projets d'élevage ou de pâturage. Récréative, l'agriculture urbaine permet de renouer le contact avec une certaine forme de nature et de saisonnalité et favorise la participation citoyenne.

Elle peut également avoir un rôle dans l'économie circulaire et favoriser des circuits courts. Pédagogique, elle permet aux consommateurs de se réapproprier la phase de production de l'alimentation, d'avoir accès à des produits locaux et de les inciter à modifier leurs régimes alimentaires en allant vers plus de durabilité.



# DEVENIR MÉCÈNE !

## Pourquoi devenir mécène ?

- **Permettez à des milliers de personnes de découvrir des solutions concrètes** par un projet de voyage engagé en faveur de l'écologie urbaine.
- **Différenciez-vous de vos concurrents** et valorisez vos valeurs et image de marque en misant sur un projet qui va faire parler de lui.
- **Engagez vos collaborateurs autour de valeurs fortes.**
- **Bénéficiez d'un coup de pouce fiscal en faisant un don à l'association DAO Production** vous permet de bénéficier du régime fiscal avantageux du mécénat : **une réduction d'impôt sur le revenu ou sur les sociétés.**

60%  
du montant  
de votre  
don

dans  
la limite de  
**0,5%**  
du chiffre d'affaires  
annuel et hors  
taxes de votre  
entreprise.

Si le montant  
du don effectué  
dépasse ce seuil,  
**vous pouvez**  
reporter et étaler  
l'excédent sur les  
cinq exercices  
suivants.

> **1400**  
emplois en Île-de-France en  
agriculture urbaine

## Le mécénat financier

Apports en numéraire indispensables pour la viabilité économique du projet.

Réduction sur le prix de vos produits/services (production du film, voyage, récompenses de la campagne de crowdfunding).

## Le mécénat en nature

Dons de biens/services utiles à l'organisation et/ou à la promotion du film :

- Pour offrir en récompense lors de notre campagne de crowdfunding.
- Pour le voyage-tournage.



# DEVENIR SPONSOR !

## Pourquoi devenir sponsor ?

- **Différenciez-vous de vos concurrents :**
  - Valorisez vos valeurs et votre image de marque
  - Augmentez ou solidifiez votre notoriété
  - Faites connaître vos produit/services et faites-les tester
  - Innovez dans votre secteur d'activité
- Permettez a des milliers de personnes de **découvrir des solutions concrètes** par un projet de voyage engagé en faveur de l'écologie urbaine.
- **Engagez vos collaborateurs** autour de valeurs fortes et fidélisez vos meilleurs talents.

## Le sponsoring financier

Apports en numéraire indispensables pour la viabilité économique du projet.

Réduction sur le prix de vos produit/services (production du film, voyage, récompenses de la campagne de **crowd-funding**).

## Le sponsoring en nature

Dons de biens/services utiles à l'organisation et/ou à la promotion du film :

- Pour offrir en récompense lors de notre campagne de crowd funding.
- Pour le voyage-tournage.

## Choisissez votre pack sponsor !



# 800 millions

C'est le nombre estimé de **personnes impliquées dans l'agriculture urbaine** et périurbaine à l'échelle mondiale.





# BOOSTER

## VOTRE VISIBILITE

- Annonce de notre partenariat sur nos réseaux (Instagram, Facebook, LinkedIn).
- Votre nom et logo au générique de fin du film.
- Votre nom et logo sur notre site internet et lien qui renvoie vers tous vos réseaux sociaux et site web.
- Présence de votre logo sur le dossier de presse et le coin presse de notre site web.
- ★ Faites tester et approuver vos produits :
  - Proposez vos produits/services en récompenses aux donateurs de notre campagne de crowdfunding.
  - Nous organisons pour vous un jeu concours sur les réseaux sociaux pour faire gagner vos produits/services.

## LE SUIVI DU PROJET

- Partage de vidéos et publications exclusives pour suivre notre voyage-tournage en live grâce à notre carnet de voyage.



# GO GREEN



## VOTRE VISIBILITE

- Vos produits ou services mis en avant sur nos réseaux sociaux.
- Votre logo sur la page de crowdfunding du projet.
- Votre logo sur les kakemonos du projet (x2).
- Votre logo sur notre page de couverture Facebook.

## LE SUIVI DU PROJET

- Rencontre entre vos collaborateurs et l'équipe de tournage avant le départ pour présenter l'initiative et le partenariat puis intervention de l'équipe de tournage après le tournage pour partager notre retour d'expérience.
- Projection du film en avant-première animée par l'équipe de tournage pour vos collaborateurs et partenaires externes.
- ★ Un accès illimité à tous les Zooms (fiches techniques) afin de connaître les clés du succès de chaque initiative.
- Invitation des dirigeants aux soirées deancements de notre campagne de crowdfunding et de sortie du film.



Nos petits favoris



# SPONSOR ANGEL

## VOTRE VISIBILITE

- Votre nom au générique de début du film.
- Votre logo sur l'affiche du film, sur la vidéo de campagne de crowdfunding, et sur tous nos goodies.
- Votre logo sur le site internet + un lien qui renvoie vers vos réseaux sociaux et site web + une description de votre vision de l'avenir des villes sous format d'interviews.
- Une prise de parole exclusive pendant notre soirée de lancement.
- Séance de remise de chèque devant vos collaborateurs et communication à la presse de notre partenariat.
- ★ Tournage d'une 1<sup>ère</sup> vidéo courte destinée aux réseaux sociaux pour mettre en avant vos "green initiatives" internes et externes.
- ★ Tournage d'une 2<sup>ème</sup> vidéo témoignages sur l'importance à accorder à vos valeurs + Article de remerciement publié sur le web.

## LE SUIVI DU PROJET

- Workshop avec l'équipe de tournage qui vous donnera les clés de la réussite des projets présentés dans le film + accompagnement dans la conception de votre projet green.
- ★ Organisation de tables rondes d'innovation avec vos collaborateurs internes pour faire ressortir des idées de green initiatives à mettre en place au sein de vos locaux pour améliorer leur qualité de vie au travail et votre empreinte carbone.



# PLAN DE COM

QUELLE STRATÉGIE ?

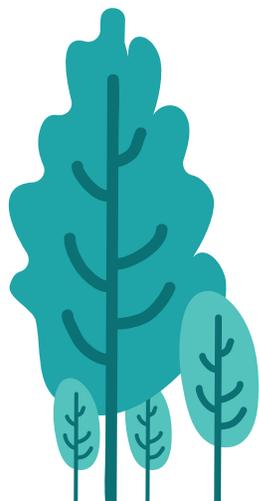


*Le saviez-vous ?*

**Traiter et valoriser les biodéchets en ville est important.**

Les déchets alimentaires, les déchets verts des parcs et jardins et autres déchets biodégradables sont aujourd'hui encore massivement mis en décharge, générant des gaz à effet de serre, ou incinérés alors qu'ils représentent une ressource importante de matière. Ces matières peuvent servir à produire de l'énergie grâce à la méthanisation, et/ou être réintroduites dans le cycle végétal par compostage ou épandage. Une solution pour lutter contre l'appauvrissement des sols avec un apport de compost se substituant pour partie à des engrais chimiques.

# NOTRE CIBLE



## Citadins

- Déjà sensibilisés à l'écologie - 20-60 ans.
- La génération du digitale - 18 -30 ans en quête d'information positive sur les réseaux ; voyageurs et aventuriers ; engagés dans l'écologie.

- Les entreprises intéressées par la mise en place d'initiatives vertes dans leurs locaux.
- Les entreprises en quête d'inspiration pour innover dans leur secteur d'activité.

## Entreprises

## Structures publiques

- Qui souhaitent activer des leviers visant à multiplier les initiatives vertes dans leur ville.



chiffres  
clés

1/3

de la poubelle des ménages est constitué de déchets organiques.

50 kg

de végétaux brûlés émettent autant de particules fines que 13 000 kms parcourus par une voiture Diesel.

# UNE STRATÉGIE MULTICANAL

---

**Pour faire connaître notre concept, véhiculer notre message auprès du grand public et d'un public professionnel, accroître notre notoriété & impact positif, développer notre image et créer et développer une communauté solide.**

## Événementiel

- Soirée de lancement du projet (et ouverture de la campagne de crowdfunding)
- Animation en magasin écoresponsable pour donner de la visibilité au projet
- Présentation du projet dans les entreprises partenaires auprès de leurs salariés
- Soirée de lancement du film : Avant-première
- "Diffusion Tour" des entreprises partenaires

## Newsletter

**Un canal pour suivre le projet grâce à la réception d'une Newsletter mensuelle.**

- Photos
- Suivi du carnet de voyage
- Courte présentation des initiatives rencontrées
- Anecdotes
- Astuces : une vie de citadin, dans un grand jardin
- La rencontre coup de coeur du mois

## Site internet

**Un canal qui permet de tout savoir en un seul clic.**

- Le concept du projet
- L'équipe
- Le Coin partenaire et le coin presse
- Fiches techniques Zooms / Carnet de voyage / Vidéos de présentation des initiatives
- Le film (synopsis, infos techniques, note d'intention et de réalisation, le thème, les initiatives...)



## Réseaux sociaux

Sur tous nos réseaux, nous optons pour un **flux constant et régulier** de contenu attractifs (du lancement du projet jusqu'à la sortie du film) basé sur un **planning éditorial précis** et sur des **posts sponsorisés** (publicité) juste avant le départ pour le tournage. **Nous avons développé une stratégie de contenu basée sur** : la qualité des visuels ; le temps de réponse ; la pluralité des contenus ; la fréquence de publication ; l'engagement sur les publications ; et le ratio entre l'engagement et le nombre de fans sur nos réseaux.

### Voici les objectifs auxquels répond chacun de nos réseaux :



- Comprendre les enjeux du retour de la nature en ville et découvrir des solutions adaptées aux particuliers.
- Suivre l'avancement du projet en toute transparence.
- Découvrir des solutions pour ramener la nature en ville.



- Suivre les coulisses du tournage d'un film inspirant en live.
- Découvrir de nouvelles destinations voyage à travers notre tour du monde.
- Découvrir des solutions pour ramener la nature en ville.

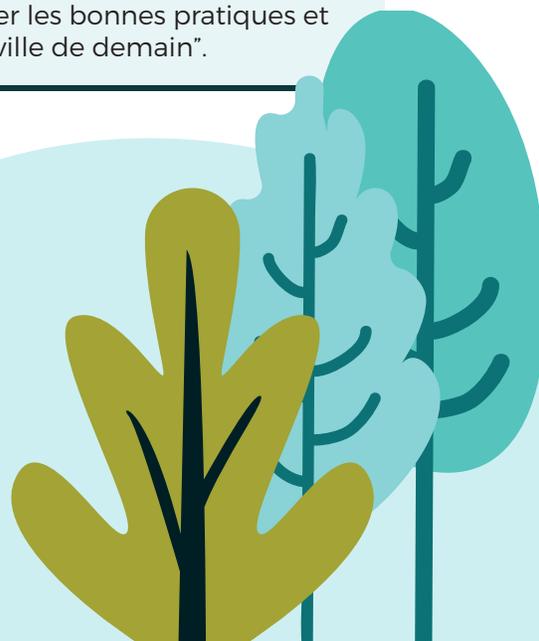


- Comprendre les enjeux du retour de la nature en ville
- Découvrir les facteurs clés de succès de ces projets.
- Se créer un réseau professionnel et échanger les bonnes pratiques et initiatives sur la thématique "créer la belle ville de demain".

chiffres  
clés

# 4 millions

de tonnes de déchets verts ont été collectés en déchèterie en 2017.



François Marques (+33) 6 58 93 39 19

Manon Turina (+33) 6 62 69 02 39

dao.filmproduction@gmail.com



[labelleville-lefim.com](http://labelleville-lefim.com)

