



RETOUR SUR le Congrès Him 2019 et la campagne

Logement social en lle-de-France IDÉES NEUVES!

Sommaire

UN NOUVEAU REGARD SUR LE LOGEMENT SOCIAL EN ILE-DE-FRANCE P. 2	LES OUTILS DEPLOYÉS POUR FAIRE VIVRE LA CAMPAGNE
L'ESPACE AORIF AU CONGRÈS HLM P. 6	LA CAMPAGNE IDÉES NEUVES SE POURSUIT
UN PROGRAMME RICHE ET DE QUALITÉ SUR L'ESPACE AORIF	
UNE CAMPAGNE QUI VÉHICULE NOS MESSAGES ET S'APPUIE SUR DES ACTIONS D'ORGANISMES	

UN NOUVEAU REGARD SUR LE LOGEMENT SOCIAL EN ÎLE-DE-FRANCE

Qui sait qu'aujourd'hui en Île-de-France, une résidence principale sur quatre est un logement social? Que 3 millions de Franciliens y sont logés? Qui connaît les innombrables initiatives qui font du logement social francilien un pionnier dans son domaine d'activité? Nombre d'idées fausses circulent sur le logement social, minimisant à la fois son importance, son rôle et son dynamisme.

Le 80° Congrès HIm de l'Union sociale pour l'habitat s'est tenu du 24 au 26 septembre 2019, six mois avant le 1er tour des élections municipales. Sa venue à Paris, pour la première fois depuis 30 ans, a placé notre Association régionale HIm sur le devant de la scène.

Pour l'AORIF, l'enjeu était clair: profiter de la tenue du Congrès Hlm et des élections municipales pour valoriser son action et celle de ses adhérents auprès des élus et partenaires et, plus largement, le logement social en Île-de-France dans son rôle de cohésion sociale.

Il était par ailleurs important que la présence de l'AORIF au Congrès soit perçue comme un événement remarquable. Cette volonté a fait naître la campagne «Logement social en Île-de-France, Idées neuves!» sous l'égide de laquelle l'AORIF a résolument placé son espace au Congrès... et bon nombre d'actions de communication associées.



"Une campagne très visible, pertinente et impactante."

Parole d'adhérent

■ Porter un discours positif et pragmatique sur le logement social

Ce discours s'appuie essentiellement sur des exemples concrets d'actions d'organismes franciliens de logement social, qu'ils mènent seuls ou en interorganisme, dans une démarche d'intérêt général et d'innovation.

■ Donner de la visibilité à l'Île-de-France

Une région où l'habitat social permet de loger 3 millions de Franciliens, une région où les tensions sont poussées à leur paroxysme et qui doit faire face à des défis majeurs, amplifiés par les spécificités régionales. Ces défis conduisent les organismes à chercher des solutions nouvelles et pertinentes.

■ Valoriser le rôle pivot de l'AORIF dans les partenariats régionaux et locaux

C'est une campagne inédite pour l'AORIF. À travers celle-ci, notre ambition est aussi d'affirmer notre action et nos spécificités en tant qu'Association régionale Hlm d'Île-de-France.



Idées neuves?

La campagne a été conçue et élaborée par l'AORIF et l'agence de communication Bastille, avec l'appui d'un comité de suivi Administrateurs et d'un comité de suivi Communication. Le fil rouge « Logement social en Ile-de-France, Idées neuves ! » permet d'aller droit au cœur du sujet.

- Porter un nouveau regard sur le logement social en lle-de-France, en « révélant » l'Ile-de-France des Hlm dans sa diversité, contre les idées fausses qui ont largement cours.
- Montrer les réalités du secteur et les initiatives des organismes. Il s'agit de mettre en avant l'innovation sous toutes ses formes - architecturale, sociale, environnementale, culturelle, etc. - mise en œuvre ou rendue possible par les organismes franciliens.



"Idées neuves : pour casser les stéréotypes et faire de nos résidences, de nos quartiers le reflet d'une société créative. diverse, riche." Parole d'adhérent



"L'idée d'évoguer la nécessité de ce nouveau regard nous a paru d'autant plus naturelle que nous-mêmes l'avons vécu : la campagne a été une sorte de révélation, notamment sur l'ampleur et l'ingéniosité de l'habitat social francilien." Parole de l'agence de communication

Logement social en lle-de-France IDÉES NEUVES!

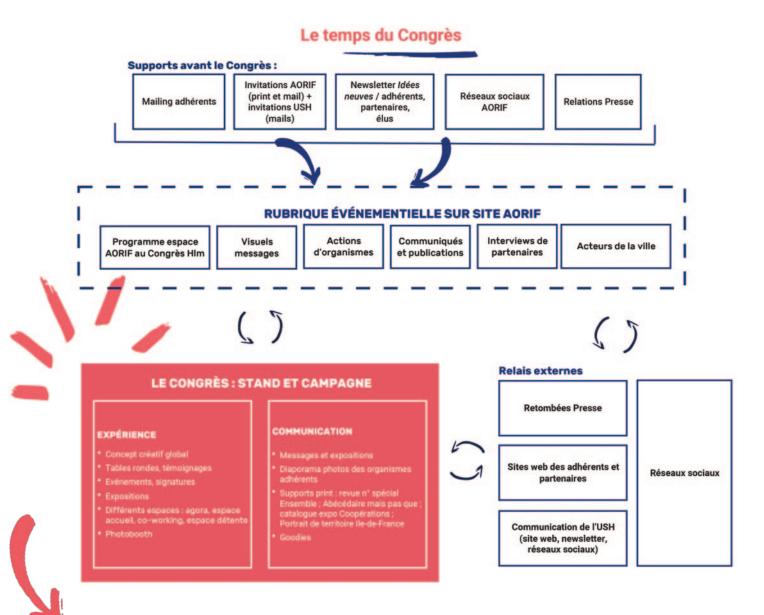


L'esprit de la campagne

Cette campagne, que vous allez (re)découvrir au fil des pages suivantes, a permis à l'AORIF de faire mieux comprendre ses réalités et ses enjeux. Elle constitue surtout une vitrine pour mettre en lumière les solutions apportées par les organismes de logement social aux besoins des habitants, demandeurs, locataires, accédants: la production de logements de qualité, bien sûr, mais aussi les services à la personne, la maîtrise des charges par l'amélioration de la performance énergétique, la facilitation des parcours résidentiels...

Aux élus, aux cibles professionnelles et au grand public, elle livre un regard dénué de préjugés et d'idées fausses sur les Hlm et, au-delà, sur la région capitale tout entière.

Un dispositif complet de communication



Un dispositif de communication, papier et numérique

a été conçu pour préparer et optimiser la présence de l'AORIF au Congrès (stand et campagne) tout en maximisant ses retombées après l'événement. Chaque support a ainsi été pensé pour s'imbriquer dans un dispositif global visant à faire émerger la campagne.

Avant le Congrès, l'AORIF a pris contact avec ses adhérents et partenaires via différents outils, afin de leur dévoiler la campagne *Idées neuves* et de les fédérer autour du Congrès. Ces supports renvoyaient systématiquement vers la page d'atterrissage de la campagne sur le site de l'AORIF: la rubrique dédiée *Idées neuves*.

Le temps du Congrès a ensuite permis d'incarner physiquement la campagne. L'espace AORIF était ainsi aux couleurs des idées neuves et valorisait les messages de la campagne, sous différentes formes.

De plus, un diaporama photo présentait des initiatives d'adhérents de l'AORIF et valorisait ainsi la dimension humaine de leur action. Des interventions, tables rondes et témoignages animaient cet espace tout au long du Congrès. Enfin, pendant et après le Congrès, cette campagne a bénéficié d'une résonance sur les réseaux sociaux, dans la

presse et les prises de paroles des adhérents et partenaires.

Le point de vue de membres du groupe Administrateurs et du groupe Communication

Quel est l'enjeu d'une telle communication, quels savoir-faire faut-il mieux faire connaître?

Pascal Van Laethem, Directeur général délégué - Segens: Il était important, à l'occasion du Congrès Hlm et de cette campagne, de marguer les esprits en valorisant les expériences les plus réussies menées par les organismes franciliens. afin de gagner en légitimité auprès des collectivités. Avec une représentation reconnue, nous sommes plus forts. Ce que nous avons réussi avec l'État, il est essentiel d'y parvenir aussi avec les collectivités.

Alice Brassens, adjointe au Directeur général - Paris Habitat: Cette campagne permet de s'inviter dans le débat public en rappelant que le logement social est un secteur particulièrement innovant, tant d'un point de vue technique que sociétal. Elle montre aux élus, aux décideurs, que le monde Hlm est un partenaire incontournable et précurseur dans les grandes transformations que les territoires auront à accompagner dans les prochaines années. Vieillissement de la population et fragilités sociales accrues, défi climatique, attentes des habitants tant sur les questions de sûreté, de propreté que sur des questions d'usage de la ville et du lieu de vie: mobilités douces, commerces et services en pied d'immeuble, nature en ville, etc. Le logement social est moderne. Nos missions sont essentielles, porteuses de progrès, de confort pour les habitants.

Christian Chevé, Président de Coopimmo et de l'OFS La Coopérative Foncière Francilienne, VP de l'AORIF: Il s'agissait de montrer la diversité de l'activité du logement social que ce soit le locatif social ou l'accession sociale à la propriété. Toutes les initiatives portées par l'AORIF illustraient bien le sens de l'invitation à «porter un regard neuf» sur le mouvement Hlm et à sortir des clichés poussiéreux. Nos organismes sont souvent à la pointe dans leur production et leur gestion et ils expérimentent beaucoup.

■ En quoi la campagne *Idées neuves* permet-elle de porter un nouveau regard sur le logement social en Île-de-France?

Marie-Olivia Rozov, responsable Communication - CDC Habitat Social: Idées neuves est une excellente initiative qui vient bousculer les idées reçues sur le logement social. Et nous en avons encore besoin! L'AORIF a pris la peine de nous consulter et de nous faire participer à la conception de cette campagne: il faut saluer cette initiative. Ce n'est pas toujours facile de mettre en œuvre une campagne collaborative mais tout le monde a joué le jeu. Grâce à cela, sans doute, Idées neuves est une campagne très factuelle, très terrain: selon moi c'est la bonne posture. La campagne montre aussi la diversité des actions des organismes qui vont bien au-delà des missions traditionnelles du logement social. Idées neuves est une campagne pragmatique avec une forte identité graphique qui contribue à son impact.

■ Quels ont été les axes directeurs dans la conception du stand de l'AORIF? Comment reflétait-il l'esprit de la campagne?

> Manuel Hernandez, responsable Communication et Qualité de Service - Clamart Habitat: Nous avons travaillé en amont pour définir notre cœur de cible. L'objectif était de montrer la dimension humaine du logement social. Il était important, pour un Congrès parisien, de montrer la capacité d'innovation de l'Île-de-France car on a parfois l'impression que cette capacité réside dans d'autres régions. J'ai vraiment été agréablement surpris par le résultat : la signalétique Idées neuves était très visible. À la fin du Congrès, le stand de l'AORIF était le plus fréquenté, avec du monde partout: un bon signe.

> > Retrouvez les interviews complètes dans "En actions" sur la page www.aorif.org/idees-neuves

L'ESPACE AORIF AU CONGRÈS HLM

Durant les trois jours de Congrès, l'AORIF a proposé à ses visiteurs un programme riche, varié et de qualité. Au cours des pages suivantes, vous découvrirez un aperçu, en photos, des séquences, signatures, expositions et animations qui ont eu lieu dans l'espace AORIF.



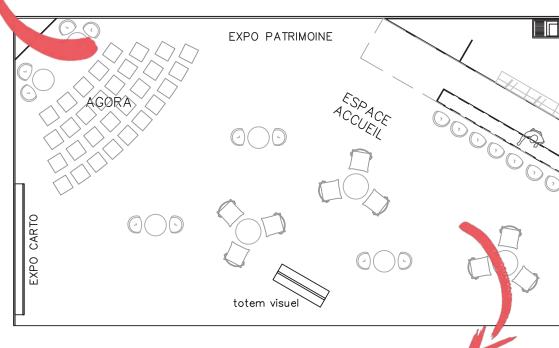
"Des débats
intéressants qui ont
donné à voir la force
du collectif pour
relever les défis d'un
territoire où le
logement social a tout
son rôle inclusif."
Parole d'adhérent



L'espace Agora

Un espace conçu pour accueillir des petites conférences et débats et qui a permis l'échange entre les participants sur de nombreux sujets autour du logement social.

"Un espace très bien conçu, à l'atmosphère conviviale et professionnelle en même temps." Parole d'adhérent



AORIF

L'espace accueil

À l'image du bistrot parisien, l'espace accueil était avant tout un espace de rencontre et d'échanges. Il a permis à l'AORIF d'accueillir avec bienveillance ses visiteurs.

L'espace co-working: Lieu de travail, l'AORIF proposait aux visiteurs un espace pour travailler seul ou en groupe.

"Un lieu rassembleur, animé, qui a permis de valoriser les initiatives des organismes franciliens." Parole d'adhérent

L'espace détente

Un lieu de repos proposé aux visiteurs avec canapés et bibliothèques afin de se détendre dans le tumulte du Congrès. La majorité du mobilier de cet espace a été loué à l'association Label Emmaüs.

L'œuvre composée de rubans décoratifs au plafond a été réalisée par l'atelier de scénographie Soplo.



Bibliothy Ernmous Control Cont

Que retenez-vous de la présence de l'AORIF au Congrès ?

Pascal Van Laethem, Directeur général délégué -Segens: Le stand, d'une surface exceptionnelle, était conçu aussi bien pour accueillir des événements que pour réserver des espaces de tranquillité. Nous avons atteint notre objectif de rassemblement et d'affirmation de notre présence auprès de nos confrères, de nos partenaires, des représentants des collectivités locales et de l'État.



Valophis: Notre objectif était de faire en sorte que ce Congrès, qui se tenait exceptionnellement à Paris, soit un moment fondateur pour renouveler notre image et montrer la réalité de notre secteur. Nous avons saisi cette opportunité pour valoriser nos savoir-faire et notre utilité sociale et en particulier en Île-de-France où le rôle du logement social est au premier plan. (...) L'espace de l'AORIF était le réceptacle illustré et événementiel des organismes franciliens. Et aussi un lieu pour se retrouver, accessible, bien repérable avec un emplacement judicieux. En amont, nous avions réfléchi à la

conception d'un espace aménagé de façon très qualitative, moderne et conventionnel à la fois, pour pouvoir proposer

des événements durant trois jours.

Catherine Giner, Directrice Grand Paris, prospective, développement et relations institutionnelles – Groupe

Les expositions

Retour sur le festival Regard neuf 3

Une exposition haute en couleurs proposant un retour sur la première édition du festival « Regard neuf 3 » qui a eu lieu en juin 2019 dans 27 quartiers Hlm du 93. Photos, vidéos, témoignages des artistes, organismes et festivaliers pour revenir sur ces 10 jours de festivités célébrant la création artistique et donnant à voir les Hlm sous un autre jour.



L'inauguration de l'exposition était animée par Yasmine Franjulien, en présence de Stéphane Troussel, Président du Conseil départemental de Seine-Saint-Denis, Eric Lombard, Directeur Général de la Caisse des Dépôts, Patrice Roques, Directeur Général de Seine-Saint-Denis habitat et Nathalie Latinus, artiste de l'Atelier Polysémique.

Posters carto

Une exposition cartographie avec deux posters géants réalisés pour l'AORIF par l'institut Paris Région avec le soutien de la Caisse des Dépôts, visant à mieux faire comprendre les réalités et spécificités du parc social en Île-de-France.





COOPÉRATIONS, l'habitat social francilien en transition

Une exposition de photographies du parc social francilien «COOPÉRATIONS, l'habitat social francilien en transition », réalisée par l'AORIF, en partenariat avec le Conseil Régional Île-de-France, la Caisse des Dépôts Mécénat, l'ADEME et la Mission Europe de l'USH.











Il s'agit de 20 opérations offrant à voir la diversité des modes d'intervention des organismes pour relever le défi de la transition énergétique. Ces opérations ont été possibles grâce à la mobilisation des fonds européens (FEDER et FSE), de la Région Île-de-France, de la Caisse des Dépôts et de l'ADEME.





Les animations

L'espace AORIF, un espace où l'on ne s'ennuie pas!

En plus des nombreux échanges et débats, l'AORIF proposait aussi à ses visiteurs des animations sur son espace. Un photobooth était présent pour l'occasion afin de figer les bons moments et les belles rencontres. Des goodies à l'effigie de la campagne – sacs, carnets, stickers, bonbons – étaient en libre-service sur le stand. Café, petits-déjeuners, buffets et, pour représenter l'Île-de-France, bière locale étaient proposés aux visiteurs.

















"Un contenu de qualité et des animations variées." Parole d'adhérent

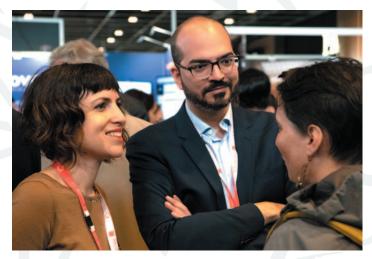












UN PROGRAMME RICHE ET DE QUALITÉ SUR L'ESPACE AORIF



Programme détaillé disponible dans "Documents à télécharger" sur la page

www.aorif.org/idees-neuves

"L'inauguration de l'espace AORIF était à la fois conviviale et enrichissante, avec le vernissage de l'exposition Coopérations."
Parole d'adhérent



Inauguration de l'espace AORIF

Pour débuter les trois jours du Congrès Hlm, l'espace AORIF a été inauguré par Jean-Luc Vidon, président de l'AORIF, et Jean-Louis Dumont, président de l'Union sociale pour l'habitat, en présence de Marianne Louradour, directrice régionale Île-de-France de la Banque des Territoires et de Denis Rambaud, président de la FNAR. L'inauguration a été suivie du vernissage de l'exposition Coopérations.







Accession sereine en Île-de-France : quelles solutions ?

Séquence animée par Frédéric Ragueneau (Les Habitations Populaires), avec la participation de représentants d'organismes, de la Coop Foncière Francilienne et de la commune de Bagneux.



L'offre des opérateurs Hlm franciliens pour une accession ouverte au plus grand nombre.

Organisme de Foncier Solidaire (OFS) et Bail Réel Solidaire (BRS) : des réponses innovantes en Île-de-France.



Île-de-France : enjeux globaux, réponses territoriales

Séquence animée par Cécile Hagmann et Florence Imbert (Cronos Conseil), avec la participation de représentants d'organismes, de l'Institut Paris Région, de Grand Paris Sud, de Plaine Commune et du tribunal de Bobigny.







Signature du Protocole du Réseau des partenaires de l'habitat en Île-de-France.



Le Réseau des Partenaires de l'Habitat en Île-de-France se dote d'un protocole qui encadre son fonctionnement.

Les HLM, bien plus qu'un bail!

Séquence animée par Damien Ravel et Rémy Yves, avec la participation de représentants d'organismes, de l'ARS IdF, de la CNAV IdF, de l'ASM 13, de CORDIA, de l'UNAFAM et de Prévention retraite IdF.



Bien vieillir dans le parc social, l'offre de services des organismes.









Échanger Habiter : l'An 1!

À la veille du premier anniversaire de la bourse Échanger Habiter, bilan et perspectives d'une innovation... qui fait des émules. Séquence animée par Aude Bourcereau et Rémy Yves, avec la participation de Pascal Vacher, directeur et Claude Knapik, président du GIE Échanger Habiter, d'une locataire ayant échangé son logement et de représentants d'Action Logement et de la commune de Bretigny-sur-Orge.











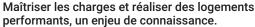


Maîtriser les charges : une exigence sociale et environnementale



Séquence animée par Olivier Bajard (Action Logement Services), Louise Malplat et Louise de Verneuil, avec la participation de représentants d'organismes, de l'Institut Paris Région, de la DRIHL Île-de-France, de la CNL, de l'APES, de Solinergy, de la CAPEB, d'Ekopolis et de l'Unafo.









Logement social dans 25 ans : quels nouveaux services et à quelles conditions?

Séquence animée par William Le Goff et Thibault Hatton, avec la participation de représentants d'organismes, de l'Ordre des Architectes d'Île-de-France, de DELPHIS et d'ENEDIS.



Adapter l'immobilier aux besoins des locataires ?



OCIAL DANS 25 ANS : QUELS X SERVICES ET À QUELLES

CONDITIONS?



ET DANS L'ESPACE CO-WORKING...

Association Exigence Ascenseurs : améliorer la qualité de service.



Présentation du dispositif de référencement des ascensoristes pour améliorer la qualité et la rapidité des interventions sur le parc social. Une séquence proposée par l'AEA, l'Association Exigence Ascenseurs. AFFIL: habitats intercalaires, l'urbanisme transitoire à vocation sociale.

Comment mobiliser, à des fins sociales, des bâtiments ou terrains temporairement vacants? Une séquence proposée par l'AFFIL, l'Association Francilienne pour Favoriser l'Insertion par le Logement.





Signature d'un accord Préfecture de région - AORIF - Banque des Territoires

Accord visant à accélérer le développement et la mise en service des logements sociaux en Île-de-France. Il fixe un cadre d'action commun pour fluidifier le processus d'agrément, de financement et de mise en service des projets de logements sociaux.

Accord signé le 26/09/2019 par Michel Cadot, Préfet de la Région Île-de-France, Jean-Luc Vidon, Président de l'AORIF et Marianne Louradour, Directrice régionale Île-de-France de la Banque des Territoires.







UNE CAMPAGNE QUI VÉHICULE NOS MESSAGES ET S'APPUIE SUR DES ACTIONS D'ORGANISMES

Un discours de preuve

Idées neuves a été conçue comme une campagne factuelle, pragmatique, avec une forte identité graphique qui contribue à son impact. Elle s'appuie sur un discours de preuve, montrant la diversité et la richesse des actions des organismes franciliens de logement social pour répondre aux besoins des habitants, demandeurs, locataires, accédants.

MESSAGES

Des messages courts, visuels, à fort impact pour souligner les grands principes d'action et les spécificités du logement social en Île-de-France.



ACTEURS DE LA VILLE

Une présentation d'actions que les bailleurs mènent en interorganismes, jouant pleinement leur rôle d'acteurs de la ville, au service de l'intérêt général.

ACTIONS D'ORGANISMES

Des actions d'organismes pour montrer des réalisations concrètes qui illustrent la réalité du logement social et les initiatives des organismes franciliens.



Logement social en Ile-de-France IDÉES NEUVES!



CHIFFRES

Des chiffres clés mis en évidence, issus de la publication "Un Abécédaire mais pas que" visant à présenter les réalités et spécificités d'un secteur riche et complexe à partir des lettres de l'alphabet.

GRANDS TÉMOINS

Des interviews de grands témoins qui donnent leur vision du logement social en lle-de-France et expliquent pourquoi il est important de porter un nouveau regard sur celui-ci.



EXPOSITION COOPÉRATIONS

Des photos de l'exposition "COOPÉRATIONS, l'habitat social francilien en transition" montrant la diversité du parc social et l'engagement des organismes pour relever le défi de la transition énergétique.

'Une belle communication des projets innovants qui existent et se développent en Île-de-France dans la profession."

Parole d'adhérent

Les messages



Des messages à fort impact

Comment condenser en quelques formules l'action des organismes? Comment rendre visibles nos valeurs? Comment affirmer notre différence et livrer un regard neuf sur le logement social francilien?

Nous voulions donner à voir l'innovation, le dynamisme et la modernité. Nous voulions véhiculer un esprit engageant et pragmatique, mais aussi la dimension engagée de notre action. Nous voulions aussi révéler la dimension humaine caractéristique de nos projets. C'est donc vers l'univers du "slogan" que nous nous sommes tournés: revendiquer, prendre parti, mais toujours avec optimisme.

L'approche graphique

Pour valoriser les messages retenus, nous avons opté pour une gamme colorée «pop» et contrastée, montrant la diversité des actions à travers une approche moderne et séduisante. Entre formules chocs et aplats colorés, l'approche graphique évoque le street art. La dimension humaine était essentielle. L'intervention

graphique manuelle la reflète, en ajoutant aux slogans une multitude de signes: flèches, soulignements, éléments typographiques manuels... Elle accentue la parenté avec le street art et avec les croquis griffonnés sur un coin de table.



















Les actions d'organismes

La campagne *Idées neuves* met à l'honneur les multiples initiatives des organismes franciliens de logement social pour répondre aux besoins des élus et des habitants: production de logements diversifiés et de qualité, amélioration de la performance énergétique, co-conception de projets avec les habitants, accès au logement des personnes en grande précarité, des jeunes, maintien à domicile des personnes âgées, services à la personne, lien social, utilisation de nouveaux outils numériques, facilitation des parcours résidentiels... Nous présentons sur cette double page une sélection d'actions.

Toutes les actions d'organismes sont consultables en fiches pdf sur www.aorif.org/idees-neuves



Les Habitations populaires : Une opération en bail réel solidaire dans l'ancien



ICF Habitat La Sablière: Projet de la Serre Habitée, co-conception d'une résidence étudiante



OPH Montreuillois: L'accession sociale pour faciliter l'accès à la propriété aux locataires



RIVP: SOHO, faire cohabiter des espaces de travail et des logements

Production, rénovation, diversification de l'offre



AB-Habitat: ArchiChouette, initiation des locataires à l'urbanisme et à l'architecture



Versailles Habitat: Construction d'un CHRS avec des matériaux réutilisables en 4 mois



Emmaüs Habitat: Un projet expérimental de mobilité verticale

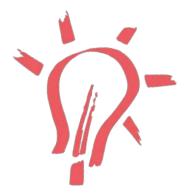
Social, proximité



Toit et Joie: Lutte contre l'illettrisme



OPH de Nanterre: Un guide des bonnes pratiques pour améliorer le vivre ensemble



Environnement, développement durable



1001 Vies Habitat: Une chaudière numérique pour diminuer la facture d'énergie



Batigère en Île-de-France: Construction d'un habitat éco-participatif



Elogie-Siemp: Un blog du tri au quotidien



Logirep: Un chantier zér0 carbone

Numérique, nouvelles technologies



Immobilière 3F: Les commissions d'attribution de logements passent au numérique!



Hauts-de-Seine Habitat: Une application pour commander son logement à distance



Seine-Saint-Denis Habitat: Une application de contrôle des parties communes et des prestataires par les gardiens



Valophis : Déploiement de nouveaux outils numériques

Économie, emploi, management



CDC Habitat:
Accompagnement de résidents des quartiers prioritaires dans leur retour

vers l'emploi



OPH de Bagnolet: Facturer l'eau « au réel » pour mieux gérer son budget



Paris Habitat: Vrac, un concept pour permettre aux résidents d'obtenir des produits de qualité



Plaine Commune Habitat: Un Club des locataires pour gagner en pouvoir d'achat

LES OUTILS DÉPLOYÉS POUR FAIRE VIVRE LA CAMPAGNE

La page dédiée sur le site de l'AORIF

La campagne *Idées neuves* est naturellement pérenne: conçue pour le Congrès, elle perdurera jusqu'aux élections municipales et au-delà, sous une forme bien sûr adaptée. Ouvrir les yeux au plus grand nombre sur les réalités du logement social en Île-de-France et porter un discours pédagogique en direction des élus est en effet une nécessité dans le temps long. D'où l'idée d'une page dédiée sur le site internet de l'AORIF, point d'atterrissage où l'internaute trouve tous les supports créés dans le cadre de la campagne.





Le magazine Ensemble

Un numéro spécial d'Ensemble regroupant les grandes thématiques du programme de l'AORIF au Congrès HIm de Paris. Le gros plan de ce n°55 (sept. 2019) porte sur le tissu des organismes HIm en Île-de-France.



La newsletter événementielle

6 newsletters *Idées neuves* envoyées en 2019, entre la fin juillet et début décembre. Adressée à plus de 4 500 contacts qualifiés (élus franciliens, organismes et partenaires en lien avec le logement social francilien), elle a été exploitée pour:

- présenter la campagne et dévoiler l'avant-programme de l'espace AORIF au Congrès, avec un premier numéro dès la fin juillet,
- lancer la campagne, inciter à la visite de l'espace AORIF et présenter le programme,
- · dresser un premier bilan du Congrès,
- et surtout présenter des actions remarquables d'adhérents, des interviews de partenaires, des initiatives interorganismes...





Les réseaux sociaux

Des publications sur les réseaux sociaux afin de rendre visible notre campagne et les actions des organismes de logement social d'Île-de-France.





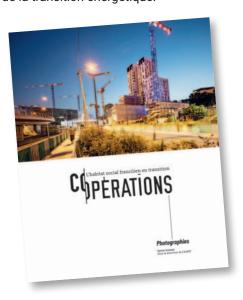






Le catalogue de l'exposition Coopérations

Le catalogue de l'exposition photo "COOPÉRATIONS, l'habitat social francilien en transition", présentant des informations et plusieurs photos par opération, offre à voir la diversité des modes d'intervention des organismes pour relever le défi de la transition énergétique.





Un Abécédaire mais pas que...

La publication "Un Abécédaire mais pas que" vise à présenter les réalités et spécificités d'un secteur riche et complexe à partir des lettres de l'alphabet. À chaque lettre correspond une entrée qui se doit d'être accompagnée d'un chiffre, mais aussi d'un graphique, d'une carte, d'une infographie, etc.

Les goodies

Des tote bags, des carnets et des stickers aux couleurs de la campagne pour prolonger l'expérience.



Les relations presse

Pour ses relations presse dans le cadre de la campagne *Idées neuves* et de son action au Congrès Hlm 2019, l'AORIF a été accompagnée par une agence spécialisée. Cela nous a permis d'avoir une forte visibilité en tant qu'Association Hlm de la région accueillant le Congrès.

■ 6 communiqués de presse

- 2 avant le Congrès, pour lancer la campagne et annoncer le programme de l'AORIF,
- 4 pendant le Congrès, pour valoriser les événements ayant eu lieu sur l'espace AORIF. Les communiqués sont sur la page: www.aorif.org/ressources/communiques-de-presse

■ Des interviews du président de l'AORIF et une participation à la conférence de presse USH d'avant-Congrès

- Interviews accordées à AEF, Journal du Grand Paris, Le Monde et Libération.
- Participation de Jean-Luc Vidon à la rencontre presse USH du 5 septembre 2019 consacrée au Congrès Hlm, aux côtés de Marianne Louis, directrice générale de l'USH.

■ Une valorisation d'actions d'organismes franciliens

■ Des retombées dans la presse régionale, nationale et spécialisée

- Presse régionale: Le Parisien;
- Presse nationale: Le Monde, Libération, Les Echos;
- Presse spécialisée: AEF, Actualités Habitat, le Blog des institutionnels, Cadre de ville, magazine Décideurs, Innovapresse, le Journal du Grand Paris, Première Heure Île-de-France...

Extrait de la synthèse de presse #484 de l'USH (du 20 septembre au 3 octobre 2019)



L'AORIF défend le logement social en Île-de-France

Dans Libération, le président de l'AORIF Jean-Luc Vidon souligne son attachement au modèle de financement des Hlm: « C'est un modèle de financement stable et solide puisqu'il a traversé les guerres, les crises et a permis de constituer depuis un peu plus d'un siècle un parc de 4,6 millions de logements sociaux ».

Le quotidien Le Monde revient sur l'exemplarité de ce modèle défendu par le président de l'AORIF: «Le circuit financier des Hlm est exemplaire et on nous l'envie dans le monde entier [...] Il a résisté à toutes les crises, même celle de 2008: aucun organisme Hlm n'a fait faillite et nous sommes, au contraire, venus au secours des promoteurs en rachetant 15000 logements invendus ».

Dans Les Échos, Jean-Luc Vidon souligne en outre que le monde HIm doit faire face « aux difficultés d'accès au foncier, à des coûts de construction qui augmentent, aux délais allongés d'instruction des permis de construire à la veille des élections municipales et à la hausse vertigineuse des prix du logement privé [...] qui fait que, pour beaucoup, il n'y a plus d'autre solution que le logement social ». (Les Échos, Libération, 24/09/2019 ; Le Monde, 25/09/2019).

LA CAMPAGNE IDÉES NEUVES **SE POURSUIT**

L'AORIF a souhaité anticiper au mieux les élections municipales de 2020 en mettant en place un dispositif de communication spécifique visant à défendre et à valoriser le logement social et ses opérateurs dans les territoires. Le Congrès Hlm 2019 a constitué une étape clé dans ce processus de communication vers les élus franciliens, candidats aux élections et partenaires. La campagne Idées neuves se poursuit afin de renforcer sa visibilité auprès de nos cibles.

- Poursuite de la newsletter *Idées neuves* 6 newsletters entre janvier et juin 2020, de nouvelles à venir.
- Actualisation de la page *Idées neuves* sur le site et présence sur les réseaux sociaux

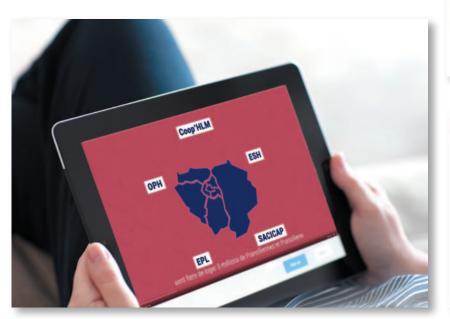


■ Campagne sponsorisée sur Twitter

Au total, la diffusion de 7 messages et d'une vidéo motion design est prévue, avec achat d'espace et ciblage affiné sur Twitter. La première phase s'est déroulée entre fin février et mi-mars 2020 (interruption le 17/03/2020 due à la crise Covid-19) et la seconde phase a été lancée début juin 2020. L'objectif de renforcement de la visibilité a été largement atteint comme le montrent les statistiques.

Deux messages sur une période de 2 semaines : 504 000 vues des posts, soit une moyenne de près de 36 000 vues par iour.

Une vidéo diffusée sur 9 jours : 468 500 vues du post, soit une moyenne de 52 000 vues par jour et 144 000 visionnages de la vidéo.







- **Nouvelle phase de Relations Presse**
- Et d'autres actions à venir...



Logement social en lle-de-France IDÉES NEUVES!



"De la disponibilité, de l'énergie du professionnalisme, des équipes investies au service des bailleurs, acteurs engagés des territoires." Parole d'adhérent

www.aorif.org/idees-neuves

D'ILE-DE-FRANCE





