

DOSSIER DE CANDIDATURE 2019

Nom de l'entité déposante : Voies navigables de France / Mission Mécénat agence annonceur

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur :

NOM DE LA CAMPAGNE : « Ensemble, replantons le canal du Midi »

CATÉGORIE :

DATE DE CAMPAGNE : Campagne de mécénat au profit du projet de replantation du canal du Midi 2014-2019

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : France

À SAVOIR



- Les 10 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, **en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.** Aucun autre modèle ne sera accepté.
- L'ensemble de votre dossier ne doit pas dépasser 20 slides.

Vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE de vos campagnes / actions au Coup de cœur du Public. Cocher la case suivante pour sélectionner ce dossier :

OUI je souhaite participer au COUP DE COEUR DU PUBLIC

Dossier à renvoyer avant le : **16 septembre 2019**

Via le formulaire : www.tropheesdelacom.so/candidatez/

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RÉSUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



Slider à remplir en 3 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

Construit sous le règne de Louis XIV par Pierre Paul Riquet, la canal du Midi est l'une des réalisations les plus extraordinaires du génie civil moderne. Classé par l'Unesco au Patrimoine Mondial de l'Humanité en 1996, il est aujourd'hui menacé. Une maladie provoquée par un champignon microscopique, le chancre coloré, décime les platanes qui le bordent. La campagne de mécénat de Voies navigables de France a pour objectif de fédérer acteurs économiques et grand public pour aider l'état à recréer la voûte arborée du canal du Midi.

2 RAPPEL DE LA DEMANDE

Face à la nécessité de remplacer une partie du patrimoine paysager bordant le canal, **le canal du Midi connaît actuellement une intense période de mutation** à la fois pour des raisons environnementales mais aussi et surtout pour continuer à faire de ce trésor du Patrimoine Mondial de l'Humanité classé par l'UNESCO, un pôle d'attraction culturelle et touristique majeur de notre pays.

Voies navigables de France, établissement public national qui gère les rivières et canaux français, a lancé depuis 2014 **une grande campagne de mobilisation, pour accompagner les mutations de ce patrimoine architectural et paysager exceptionnel et répondre aux enjeux qui l'attendent.**

La Mission Mécénat de Voies navigables de France a ainsi été créée pour mobiliser par leurs dons le grand public et les entreprises, faciliter un nouveau dialogue public – privé et renforcer l'ancrage territorial et l'attractivité de la Région Occitanie.

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

La Mission Mécénat de Voies navigables de France s'adresse à la fois **aux entreprises** (régionales et nationales) et **aux donateurs individuels** (français ou étrangers) qui, à ce jour, ont permis de réaliser plus de 10% du financement du projet (plus de 6 millions € de dons collecté en 5 ans), garantissant ainsi le processus d'abattage des arbres malades, leur replantation, la réfection des berges et la mise en place d'actions de préservation de la biodiversité animale des espèces d'oiseaux et de chauve souris protégées vivant sur le canal du Midi.

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

L'engagement des entreprises, un soutien indispensable

Le club des entreprises mécènes du canal du Midi rassemble en 2019 70 entreprises et vise à fédérer les acteurs économiques nationaux et régionaux, concernés par les enjeux environnementaux, patrimoniaux et culturels liés à la sauvegarde du canal du Midi. Rejoindre le club des entreprises mécènes de VNF c'est appartenir à un réseau de décideurs impliqués dans la préservation d'un patrimoine mondial, symbole identitaire et levier de rayonnement du territoire. C'est aussi un moyen unique de valoriser la responsabilité sociétale et environnementale de l'entreprise en bénéficiant des retombées médiatiques liées à la promotion du programme.

La mobilisation forte du grand public

Tout au long de l'année la Mission Mécénat de Voies navigables de France met en place de nombreuses actions de communication et de sensibilisation auprès du grand public pour toujours mieux informer les habitants de la Région Occitanie mais aussi les touristes, français et étrangers, de l'avancée de la maladie du chancre coloré. Deux rendez-vous forts font désormais partie de l'agenda de la Mission Mécénat dans un lieu unique – la Cale de Radoub à Toulouse –, le Pique-Nique des Chefs et les projections de cinéma de plein air dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine.

4 LA PROBLEMATIQUE

Le chancre coloré du platane : une maladie incurable

Le chancre coloré est une maladie provoquée par un champignon microscopique, qui s'attaque exclusivement aux platanes. Il se loge à l'intérieur de l'arbre, bloque ses canaux de sève et peut le tuer en seulement quelques mois. Sa propagation est principalement due aux activités humaines. Le long du canal, l'épidémie est favorisée par l'eau et les bateaux qui multiplient les blessures aux racines lors des amarrages. **Il n'existe malheureusement aucun traitement préventif ou curatif.**

Les diverses recherches, conduites notamment par l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique) ont conclu que la maladie ne pouvait être combattue ni chimiquement ni biologiquement. **Il n'existe à ce jour qu'une seule solution pour l'endiguer : abattre et brûler les arbres touchés et replanter de nouvelles essences**, sélectionnées pour leur hauteur de tige et leur capacité d'ombrage (chêne chevelu, érable plane, micocoulier, pin parasol).

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

L'idée principale de la campagne de mécénat de Voies navigables de France est de **maintenir le canal du Midi, en phase avec son temps : un espace économique, politique et culturel qu'il a toujours été à travers les âges**. En débutant un nouveau cycle le canal du Midi, VNF poursuit 3 axes de développement pour transmettre ce patrimoine aux générations futures : préserver le patrimoine architectural des voies fluviales, renouveler le patrimoine paysager et favoriser la biodiversité.

6 LES CONCEPTS CRÉATIFS

Parution du livre « Le canal du Midi, l'eau et les siècles » aux Editions Privat

Fruit d'un partenariat entre la préfecture de la région Occitanie, Voies Navigables de France (VNF) et les éditions Privat, la sortie du livre « **Le canal du Midi, l'eau & les siècles** » cristallise une volonté partagée de faire perdurer l'histoire du canal du Midi, ensemble, à travers les frontières et les siècles

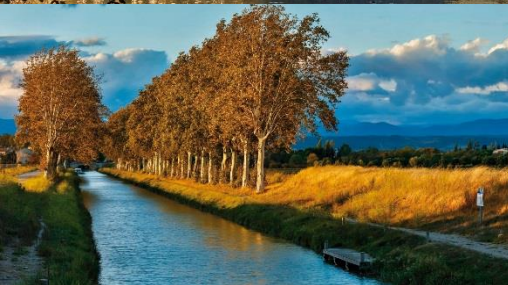
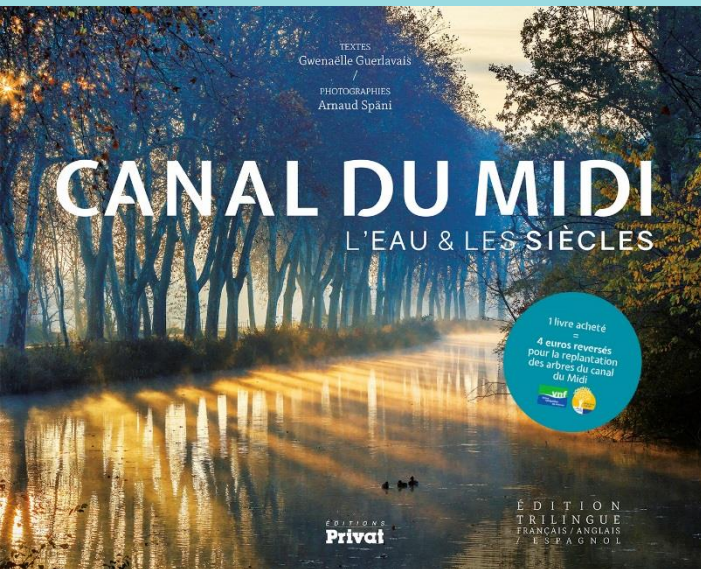
Les auteurs **Gwenaëlle Guerlavais** et **Arnaud Späni** invitent le lecteur à découvrir le canal du Midi, prouesse architecturale bâtie par Pierre Paul Riquet au 17^e siècle, à travers un ouvrage littéraire, historique et photographique. Ce livre raconte par le biais de témoignages, portraits et récits, la mémoire de femmes et d'hommes qui ont contribué à donner vie au canal et le quotidien de ceux qui continuent aujourd'hui de l'animer : éclusiers, propriétaires de péniches, associations, riverains...

7 LES CONCEPTS CREATIFS

Un livre solidaire

Le canal du Midi, connu mondialement pour sa fameuse voûte végétale qui lui confère cette atmosphère bucolique, est menacé par le chancre coloré qui décime ses platanes. Engagée dans un vaste programme de sauvegarde et de replantation des berges du canal du Midi, **la Mission Mécénat de VNF récoltera 4€** pour chaque ouvrage vendu, afin de financer ce programme.

8 LES VISUELS



Présenter ici les principaux visuels : affiches, couverture de document imprimé, capture d'écran (+ lien web).

Pour toutes les catégories : vous devrez joindre au **minimum 3 visuels en HD** (jpeg, gif, png) dans l'espace de dépôt et 10 au maximum ainsi qu'un lien vers une plateforme vidéo ou sonore si besoin.

9 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- Relations presse avec l'agence Giesbert & Mandin
- Relais sur www.replantonslecanaldumidi.fr & la page Facebook « J'aime le canal du Midi »
<https://www.replantonslecanaldumidi.fr/fr/actualites?page=1>
- Campagne de communication par emailings auprès des 12 000 donateurs individuels de Voies navigables de France
- Ventes et coordination avec les Editions Privat pour des commandes réalisées par les membres du Club des Mécènes du canal du Midi

10 EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

Une première collaboration avait été réalisée avec les Editions Privat pour la sortie du 6^{ème} tome des Aventures de Violette Mirgue : il s'agissait là aussi d'une commande spécifique de la Mission Mécénat auprès de son auteure Marie-Constance Mallard pour sensibiliser les plus jeunes (cibles enfants 6-11 ans) à l'histoire, la sauvegarde du patrimoine et la préservation de la biodiversité. Le livre, intitulé « Le Trésor du canal du Midi » était lui aussi un objet solidaire (1 € reversé à la sauvegarde du canal pour tout livre vendu).

Avec la parution du livre « Le canal du Midi, l'eau et les siècles » il s'agit avant tout de faire la promotion d'un des patrimoines les plus emblématiques de France tout en sensibilisant le grand public de manière détournée à la maladie du chancre coloré grâce à une quote part de 4 € reversée au profit du projet de replantation.

11 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...) ?

Les retombées presse ont été très importantes et ont permis de communiquer différemment autour du projet de replantation du canal du Midi, tout en favorisant la collecte de fonds. A ce jour, les Editions Privat nous ont remis un chèque de 10 000 € en rapport avec les deux livres vendus cités précédemment. Un prochain décompte aura lieu en décembre 2019.

Par ailleurs, le livre « Le canal du Midi, l'eau et les siècles » a été également un projet réalisé conjointement avec la Préfecture de la Région Occitanie et a permis de renforcer les liens existants entre les deux services de l'Etat (Préfecture et VNF).

12 VOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS RSE :

- Politique environnementale : application d'un système de management environnemental, gestion durable des ressources (quantité et qualité de l'eau), gestion des déchets, protection de la biodiversité, maîtrise des consommations d'énergie, véhicules hybrides et électriques, acquisition de vélos de service, promotion des éco-gestes, etc.
- Politique sociale et managériale : insertion sociale (taux d'emploi supérieur à 10 % de personnes en situation de handicap), actions de formations, santé sécurité au travail, amélioration de la qualité de vie au travail (salle de convivialité en projet à Toulouse), innovation participative, etc.
- Achat public durable et responsable : clauses comprenant des enjeux sociaux et environnementaux, loyauté des pratiques, emploi de TIG
- Renforcement de nos collaborations pour le développement responsable des territoires et de la voie d'eau (mise en place d'une stratégie portuaire pour une navigation écologique, projets de territoires pour un tourisme « fluvestre » durable créateur de richesse et d'emplois)

13 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : VOIES NAVIGABLES DE FRANCE
- NOM DE LA CAMPAGNE : « Ensemble, replantons le canal du Midi » : parution du livre « Le canal du Midi, l'eau et les siècles »
- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE : Campagne de collecte de fonds pour la sauvegarde du canal du Midi
- STRATEGIE ADOPTÉE : Parution du livre « Le canal du Midi, l'eau et les siècles » aux Editions Privat
- RESULTATS : Sensibilisation du grand public au devenir du canal et collecte de dons