

**PLACE**  
**TO**





## PLACE TO B EN UN CLIN D'OEIL

*“Refresh the climate,  
Rewrite the story”*

15 000  
PARTICIPANTS

(journalistes, blogueurs, artistes, écrivains,  
youtubers, musiciens, communicants, militants)  
et plus de

70 nationalités représentées

Audience cumulée de  
313 millions  
DE PERSONNES

### DES CONTENUS MULTIPLES ET COMPLÉMENTAIRES

#### ÉVÉNEMENTIELS ET ARTISTIQUES :

- Ateliers, séminaires, remises de prix, conférences de presse, rencontres de professionnels des médias ou de la communication
- Concerts Live avec le Listen Ensemble et le DJ Murcoff, Tara Baswani, Jugurtha, Solar Sound System et Ninjatunes, La Grande Clameur, Charlie Winston, Jean-Louis Aubert et bien d'autres .
- Scènes ouvertes
- Projections des films Les Saisons, Demain, Marchands de doute et Make it Work
- Dégustations : glaces Ben&Jerry's, cuisine Vegan, soirée Eat your Future

200

événements en 2 semaines  
à Paris et 80 en régions

PLUS DE  
200

INTERVENANTS  
DE RENOM

#### VIDÉOS ET TÉLÉVISUELS :

- Place to Brief : 13 émissions, de 18h30 à 20h30, le rendez-vous incontournable de Place to B pendant la COP21
- La minute Place to B dans #CopConnection animée par Christine Oberdoff et diffusée quotidiennement pendant la toute la durée de la COP21 sur Ushuaïa TV
- Interviews et directs par de nombreuses chaînes françaises (LCP, I-Télé, LCI, etc) et internationales
- Captation vidéo de la quasi totalité des événements accueillis
- Productions individuelles par les COPilotes

#### RADIOPHONIQUES :

- #Portes ouvertes : Une quotidienne par Stéphane Paoli diffusée en live et en ligne pour rendre lisible les questions environnementales
- Émissions en direct de Place to B par RCF, Radio Nova, Radio Campus et plusieurs radios étrangères

#### TRANSMÉDIA :

- Le Blog Place to B
- La plateforme Atmosphere en partenariat avec l'INA
- Radio Place to B

PLUS DE  
150  
RETOMBÉES  
PRESSE

16 200 

MENTIONS SUR TWITTER  
SOIT 1 080 PAR JOUR

### LA CREATIVE FACTORY :

Installée à l'entrée de Place to B, la Creative Factory avait pour objectif de créer une nouvelle histoire autour du climat. Artistes, poètes, acteurs, activistes, journalistes s'y sont retrouvés pour imaginer de nouveaux codes de communication autour du climat. Menés conjointement avec le collectif Forever Swarm, les ateliers ont suscité une énergie nouvelle autour du besoin de mieux parler de ces sujets afin d'inspirer un véritable désir d'avenir.

**141 participants**

**23 mentors**

**4 artistes en résidence**

**5 facilitateurs**

**7 volontaires**

**7 ateliers**

**18 productions**

### PLACE TO B EN RÉGIONS

À où Paris offrait un lieu d'accueil d'acteurs internationaux, les régions se sont focalisées sur des interventions originales dans des lieux grands publics dont certains d'ordinaire peu enclins à diffuser des informations sur le climat. Ces dynamiques régionales ont permis d'agréger et de fédérer des acteurs locaux autour du même désir : mieux parler du climat et atteindre des publics différents.

→ Place to B Bordeaux : 40 événements organisés, 1 000 visiteurs, 940 fans sur Facebook, 95 followers sur Twitter, Retombées presse : 12 relais (radio, presse écrite, webzine, TV, radio)

→ Place to B Nantes : 26 événements organisés, 1000 visiteurs, 250 likes sur Facebook, 85 followers sur Twitter, Retombées presse : radio, presse écrite, webzine.

→ Place to B Toulouse : 15 événements organisés, 450 personnes présentes durant la semaine dont 140 participants aux ateliers, 90 bénévoles, Présents sur 9 médias digitaux, Près de 60 000 personnes touchées avec Twitter, 376 retweets, 1 477 vues sur Youtube, 5 newsletters envoyées soit 19 085 contacts, 1 200 photos

### UN ÉVÈNEMENT ECO-RESPONSABLE

→ Certification par Ecocert Environnement SAS

→ Compensation des émissions de gaz à effet de serre via la vente de bracelets Treez

→ Infrastructure AVOB pour le suivi des consommations électriques et gaz

→ Démarche Zero Waste

→ Mise en place avec le Belushi's d'un service de restauration responsable



## PLACE TO B-GINNING : 2016 – 2017

- Narrators for Change : le réseau Place to B
- The Baseline : le laboratoire d'idées de Place to B
- Place to B Events : la fabrique de contenus événementiels et grand public
- The Building : la maison Place to B au coeur de Paris

### NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS

- Conférence de presse de lancement : Mars 2016
- 1 Place to Brief par trimestre à partir de Mai 2016
- We love Green : 04 au 05 Juin 2016, Forum Social Mondial 2016 à Montréal : 09 au 14 Août 2016, COP22 à Marrakech : 07 au 18 Novembre 2016



© Natacha Bigan

# PLAN

---

## REMERCIEMENTS

Nos partenaires financiers et ressources  
Nos parrains et marraines

## INTRODUCTION

## PLACE TO B EN CHIFFRES

## DE LA CRÉATION DE CONTENUS AU CENTRE DE RESSOURCES

Contenus vidéos  
Contenus radiophoniques  
Contenus télévisuels  
Contenus en ligne  
Contenus événementiels  
Contenus artistiques

## FOCUS SUR LA CREATIVE FACTORY

## PLACE TO B ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

## CONCOURS CITOYENS

## UN ÉVÉNEMENT ECO-RESPONSABLE

## LA COMMUNAUTÉ

## PLACE TO B EN RÉGIONS

## LES PISTES D'AMÉLIORATION

## VISIBILITÉ PRESSE ET AUDIENCE

## PLACE TO B-GINNING : 2016-2017

Narrators for Change  
The Baseline  
Place to B Events  
The Building  
Planning prévisionnel

---

# REMERCIEMENTS

---

## NOS PARTENAIRES FINANCIERS ET RESSOURCES

Place to B est né de la fusion de différentes énergies, et notamment celles des 40 partenaires institutionnels, privés et associatifs qui ont fait le choix d'aider Place to B pour permettre à la société civile de s'approprier la 21e conférence des Nations Unies sur le climat. Ces organisations et entreprises ont su voir l'impact et la dimension sociétale de notre action. Ils croient en notre approche et nous avons travaillé main dans la main avant et pendant la COP21 pour partager notre expérience.

## ENCORE UN GRAND MERCI À EUX !

### PARTENAIRES FINANCIERS

Ils nous ont apporté le soutien nécessaire pour développer notre projet et construire la dynamique ambitieuse qui a mené aux deux semaines de l'événement Place to B pendant la COP21.

- ADEME
- Ben & Jerry's
- Fondation de France
- Fondation Schneider
- Le Bon Coin
- MAIF
- Mairie de Paris - Paris pour le Climat
- Orange
- Région Ile de France
- SNCF

Pour les déclinaisons régionales, d'autres partenaires sont venus co-construire la dynamique :

### Pour Bordeaux

- Bordeaux Métropole
- Aquitanis
- Conseil Général de la Gironde

### Pour Nantes

- Nantes Métropole

### Pour Toulouse

- Mairie de Toulouse
- Master Films

## **PARTENAIRES RESSOURCES**

Nos partenaires ressources nous ont apporté leur expertise, leur assistance technique ou une aide matérielle pour permettre à Place to B d'être un succès aussi bien sur site qu'en digital.

- Appstick
- Arjo wiggins
- Avob
- Baudoin Serigraphie
- Belushi's
- Bioviva
- CAE CLARA
- Capoverde
- Design Human
- Eclairage Public
- Elyx
- Equicoop
- Electriciens sans Frontières
- Forever Swarm
- Glowbl
- Hootsuite
- La Fonderie
- La Florentaise
- Les ateliers du Graff
- Mention
- Marron Rouge
- Nove Terra
- OIKOS Architectes Paysagistes
- Ondine
- Roland DG
- SMALLBANG LABS
- Sumrise
- UPCYCLY
- Varda Group
- WDK Conseil
- Yes We Green - Green Raid
- YMCM Prod

## **PARTENAIRES MÉDIAS**

- Bayard
- Causette
- One Heart
- France 3

- France 24
- GCCA
- L'Express
- Terra Eco
- INA
- Mobile Film Festival
- Novethic.fr
- Neoplanete
- RCF
- Reporters d'espoirs
- The Conversation
- Psychologies
- Spark News
- Surfrider Foundation Europe
- We Love Green
- Ushuaïa TV

## **PARTENAIRES RESTAURATION**

- Castalie
- Ekibio
- Malongo
- Pernod-Ricard
- Relais Vert

## **PARTENAIRES ENGAGEMENT CLIMAT**

- Ecocert
- Pur Projet
- Treez
- WattValue
- Zero Waste
- Triballat

## **Pour Bordeaux**

- Black Sheep
- Darwin éco-système
- Gasconha
- Naturôme
- O'Tempora
- La Ruche Bordeaux
- Les Vivres de l'art

## **Pour Nantes**

- Le bar café Brocéliande

- Do you buzz
- Les Ecosolies
- Le Lieu Unique
- Le café Livresse
- le Flesselles

## **Pour Toulouse**

- Cécile Varin
- Club des Jeunes Dirigeants d'entreprises de Toulouse
- ICOM

**ET UN MERCI TOUT PARTICULIER À CEUX QUI ONT CRU EN NOUS DEPUIS LE TOUT DÉBUT :  
BVA, DESIGN HUMAN, LIMITE, MINDED, ONDINE ET SIDIÈSE !**

## **NOS PARRAINS ET MARRAINES**

Depuis la naissance de Place to B, ils nous ont accompagnés, conseillés, soutenus et ont été présents avec nous durant les deux semaines de la COP21.

## **UN TRÈS TRÈS GRAND MERCI À EUX !**

### **NICOLAS HULOT**

*«Energie, créativité, espérance Place to B a été un lieu incontournable et engagé de tous les acteurs de changements pendant la COP21. J'espère et souhaite que cette énergie perdure et se démultiplie.»*

### **STÉPHANE PAOLI**

*"Place to B à Paris durant la COP 21 en a été un symétrique en réduction. Avec cependant une grande différence, son extraordinaire liberté de propositions, son foisonnement de projets concrets, la jubilation de partager dans toutes les langues la volonté de passer à un autre monde, la conviction enfin que ce nouveau monde existe déjà sans qu'il ne soit encore perceptible au plus grand nombre. Mais la génération Place to B est à la manœuvre !"*

### **ANNE-CÉCILE BRAS**

*"Pendant ce climax politique et médiatique que fut la Cop21, Place To B a été une oasis conviviale, internationale et pédagogue. Il y en avait bien besoin ! Il faut que l'aventure continue pour fédérer les énergies mobilisées vers un avenir harmonieux de notre humanité si fragile. Je m'engage à faire ma part à vos côtés."*

# INTRODUCTION

Du 30 novembre au 13 décembre 2015, Paris a accueilli la 21ème Conférence des Parties de l'ONU sur le changement climatique. Alors que les négociateurs et les chefs d'Etat étaient réunis au Bourget pour s'entendre sur la suite à donner au protocole de Kyoto, Place to B a rassemblé, non loin de là, au sein de l'auberge Saint Christopher's Inn et son café Belushi's, à Gare du Nord, près de 15 000 personnes venues de plus de 70 pays afin d'aborder ces sujets différemment - i.e. de manière plus intelligible pour le grand public. Notre credo ? Réfléchir à la manière dont l'écologie peut dépasser le fait scientifique et idéologique pour s'ancrer dans notre réalité sociale quotidienne.

Le lieu imaginé par l'équipe de Place to B a été comparé aussi bien à un nid qu'à une ruche, une maison ou un chaudron. Les participants ont tous témoigné de l'énergie et l'enthousiasme générés une fois la porte franchie : de quoi réunir et fédérer une communauté internationale d'acteurs du changement désireux de changer la donne une fois pour toute.

Ce succès a été rendu possible par la création d'une équipe soudée durant les mois qui ont précédé la COP21. Nous avons ainsi disposé de l'ensemble des compétences nécessaires pour créer un événement capable d'accueillir des milliers de journalistes, blogueurs, artistes et militants pendant deux semaines au coeur de Paris.

## “Un nid, un chaudron, une maison”

**ROB HOPKINS**

fondateur du mouvement Transition Towns,  
reçu par Stéphane Paoli durant l'émission #Portesouvertes

Place to B a aussi inventé un nouveau récit en régions en expérimentant de nouvelles formes de sensibilisation du public au dérèglement climatique : les déclinaisons territoriales à Bordeaux, Nantes et Toulouse ont ainsi fédéré de nombreux acteurs du territoire et organisé plus de 80 événements. Les acteurs locaux ont plébiscité ces dynamiques qui ont permis de mieux parler du climat et d'ouvrir ces sujets au grand public.

Place to B a ainsi provoqué de nombreuses rencontres inattendues et donné naissance à des projets multiples et innovants. L'événement fut une expérimentation grandeur nature dont ce document présente le bilan. Il a pavé la voie à de futurs projets qui poursuivront son ambition et que nous présentons également ici.

15 000  
PARTICIPANTS

(Journalistes, blogueurs, artistes, écrivains,  
youtubers, musiciens, communicants, militants)  
et plus de 70 nationalités représentées

Audience cumulée de  
313 millions  
DE PERSONNES

200 événements en 2 semaines  
à Paris et 80 en régions

PLUS DE 200 INTERVENANTS  
DE RENOM

dont des leaders d'opinion Vandana Shiva, Naomi Klein, Rob Hopkins, Amy Goodman, Vivienne Westwood, Nicolas Hulot, etc.),  
artistes (Jean-Louis Aubert, Charlie Winston, Abd Al Malik, Barbara Hendricks, etc.),  
experts (James Hansen, Pascal Canfin, Valérie Masson-Delmotte, Philippe Bihoux, etc.)

50 H DE 40 H  
DE LIVESTREAM D'INTERVIEWS  
DE STORYTELLERS

Rushs destinés à la réalisation d'un documentaire (reportage à Miami, visite de l'ONU, CESE, interviews d'experts et d'engagés...)- En heures

PLUS DE 150 RETOMBÉES  
PRESSE

18 PROJETS créés avec  
*La Creative Factory*

16 200 

MENTIONS SUR TWITTER  
SOIT 1 080 PAR JOUR

# PLACE TO B A ACCUEILLI



## DE LA CRÉATION DE CONTENUS AU CENTRE DE RESSOURCES

Dans sa dimension expérimentale, l'événement a su mobiliser de nombreuses énergies dans une même unité de temps et de lieu. En véritable "hub", Place to B a également proposé à ses résidents comme à ses visiteurs une programmation mêlant intervenants experts et narrateurs engagés pour décrypter la COP21.

De très nombreux contenus ont ainsi été produits pendant toute la durée de Place to B, par notre équipe comme par de nombreux participants, partenaires et visiteurs. Nous avons ainsi pu faire la preuve d'un concept fort : celui d'un centre pour les médias et la production de contenus multiples (TV, radio, web, script) ouvert à une communauté forte de narrateurs climatiques. L'expérience acquise durant ces deux semaines sera une base solide pour l'avenir de Place to B.

### CONTENUS VIDÉOS

#### Les Place to Brief

De 18h à 20h30, le rendez-vous phare de Place To B.

À mi-chemin entre la conférence et l'émission TV en direct et en public, le Place To Brief, était diffusé en live sur notre site et le site de nos partenaires (notamment sur le site FranceTVInfo.fr), agrégeant ainsi plusieurs milliers de web spectateurs en plus du public présent en nombre sur place tous les soirs.

L'équipe de Place to B a réussi à inviter, à cette occasion des leaders d'opinion du monde entier : experts en négociations, scientifiques, intellectuels, ou encore artistes et membres de la société civile ont pu échanger autour des problématiques écologiques et de l'importance de parler de changement climatique autrement.



© Thomas Perrot  
© Thierry L'Assemblée



© Julie Boileau  
© Julie Boileau

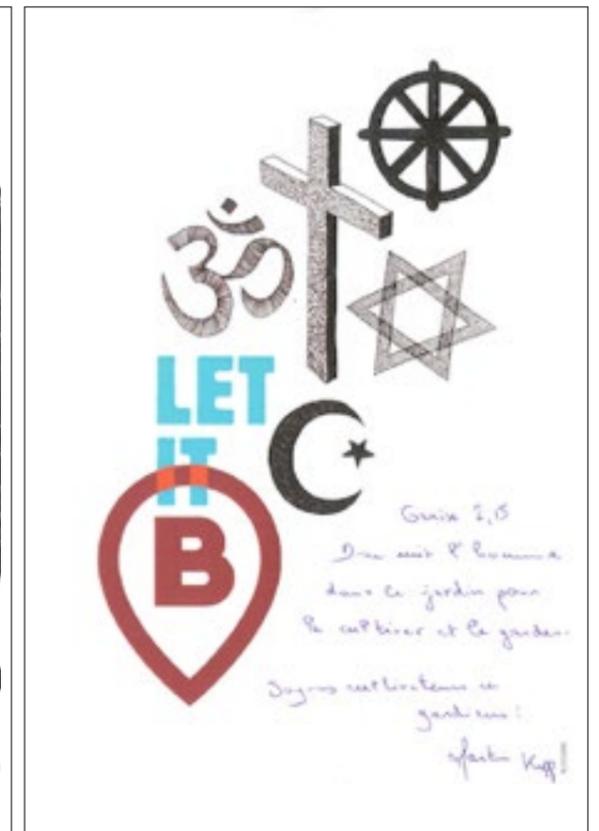
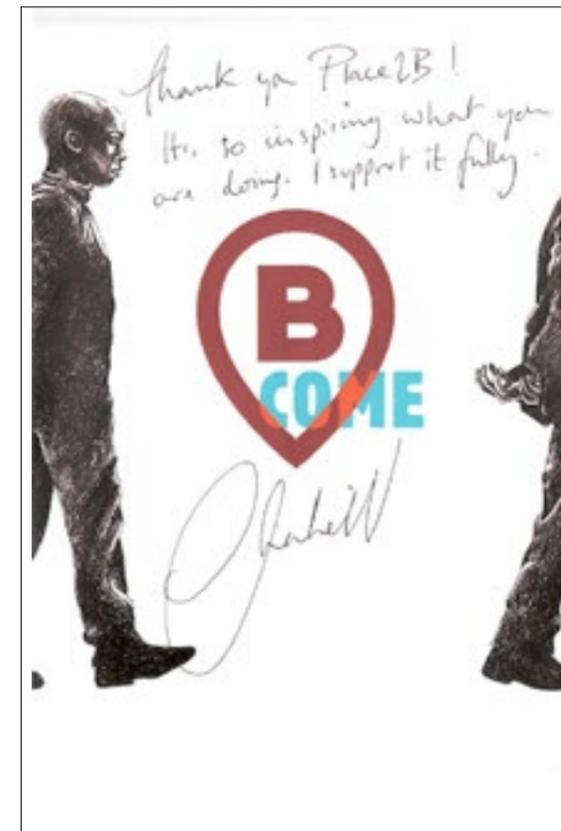
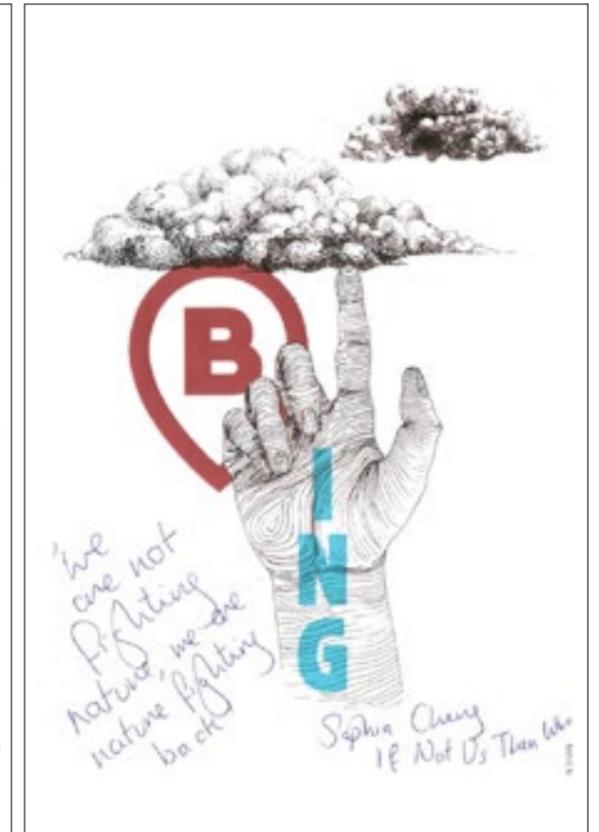
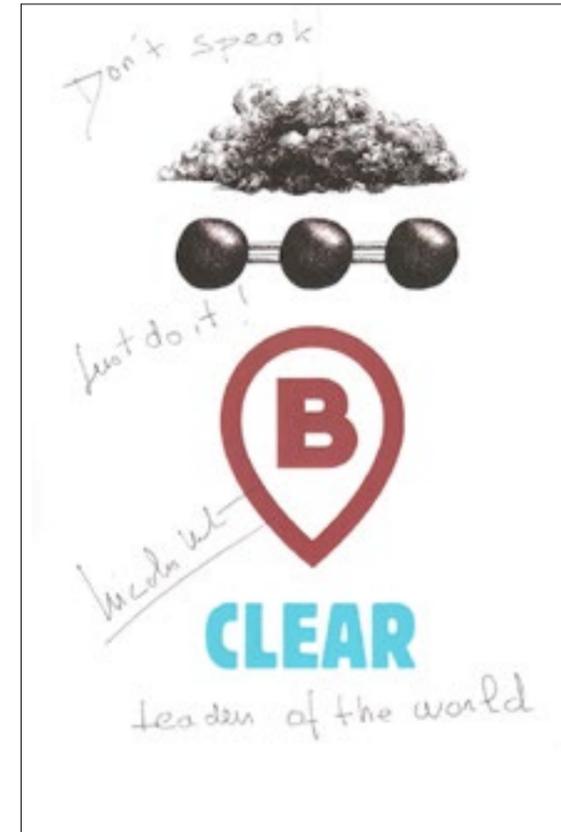
Mots de remerciements de quelques participants illustres du Place to Brief



Son contenu fut imaginé pour avancer chaque jour dans l'écriture d'une nouvelle narration climatique : les 14 grandes thématiques abordées furent comme 14 chapitres d'un nouveau récit destiné à faire des enjeux d'aujourd'hui une opportunité pour notre réalité sociale de demain.

Sur les deux heures d'échange quotidien, la première partie du Place To Brief (Briefing) a su présenter au public les avancées des négociations (via un duplex avec Anne-Cécile Bras de RFI, au Bourget), les événements de la Off-COP21 et les pépites du Web avant de passer au second moment de l'émission: le "Breathing", la respiration, dédiée à l'échange entre les invités venus témoigner sur le sujet du jour. La dernière partie de l'émission était consacrée à un échange avec un artiste. De quoi témoigner de leur engagement et de leurs actions pour le climat et toucher un autre public !

**Notons que Jean-Louis Aubert, Charlie Winston, Abd Al Malik, Didier Wampas, San Severino, Boris Jardel du groupe Indochine et bien d'autres nous ont fait le plaisir d'interpréter certains de leurs plus grands tubes.**



© Natacha Bigan

Chaque soir, ce format a également constitué une véritable caisse de résonance numérique favorable aux échanges entre internautes par le biais de la plateforme collaborative Glowbl. L'émission était traduite en direct par nos traducteurs bénévoles pour que toutes les interventions soient disponibles en français comme en anglais.

**Présenté par Anne-Sophie Novel et Joe Ross, le Place to brief a été mis en scène par YMCM dont la production est labellisé Ecoprod.**

Ce rendez-vous quotidien a su s'installer dans le temps et inspirer de nombreux participants. Nous avons reçu des propositions pour le produire à nouveau en d'autres circonstances et souhaitons en affiner le format afin d'en prolonger la formule dans le temps.

Notre partenariat solide avec la Revue **Causette** a également permis la diffusion des vidéos réalisées par **Bridget Kyoto** tous les soirs pendant les Place to Brief, vidéos ayant cumulé une audience de plus de 16 000 vues sur le web.

**Des extraits des moments partagés à cette occasion vont progressivement être diffusés sur le site web de Place to B.**



#### **CAPTATION ÉVÉNEMENTIELLE ET PRODUCTIONS INDIVIDUELLES**

La majorité des événements accueillis par Place to B (voir ci-dessous) ont été livestreamés ou captés en vidéo pour permettre leur retransmission ultérieure en ligne.

Pour accueillir sa communauté créative et connectée, Place to B a su mettre en place l'infrastructure nécessaire pour offrir à tous une connexion wifi performante et gratuite (fournie par la Fonderie Île de France) ainsi qu'une connexion 3G et 4G de qualité (fournie par Orange). Ainsi, de nombreux COPilotes (nom donné aux participants à Place to B) ont également produits leurs propres contenus vidéos sur le lieu et les ont partagés à leur propre communauté en ligne ou intégrés à des productions ambitieuses qui se dévoileront en 2016.

© Thierry Lasseblée

#### **CONTENUS RADIOPHONIQUES**

**Notre partenaire RCF a installé au-dessus du bar central du Belushi's, sur une plateforme renommée "le ring" pendant Place to B, un studio radio complet qu'il a accepté de mettre à disposition de l'ensemble de notre communauté. Cette installation associée à d'autres studios mobiles a permis la production d'une grande variété de contenus radiophoniques.**

#### **L'ÉMISSION DE RADIO #PORTESOUVERTES ANIMÉE PAR STÉPHANE PAOLI**

Sur ce studio radio Place to B, nous avons organisé un rendez-vous quotidien, diffusé en live sur le lieu et en ligne sur le site.

Chaque jour Stéphane Paoli a ouvert la porte de Place to B dans son émission intitulée **#PortesOuvertes**. L'émission était à l'image de Place to B: spontanée et sans détour. Se plaçant au cœur de Place to B et de la COP21, son ambition était de rendre lisible les questions environnementales en donnant la place à l'autre avec aux côtés d'acteurs engagés d'horizons divers.

Pour **Stéphane Paoli**, cette expérience fut unique et suffisamment forte pour envisager **une suite avec nous à l'avenir.**



🔴 #Portesouvertes

© Marine Girard

## RCF

RCF a bien sûr profité de l'installation de son studio au coeur de Place to B pour réaliser de nombreuses émissions en direct. Pendant 10 jours, RCF a choisi Place to B pour faire vivre la COP21 à ses auditeurs sous différents formats, journaux ou émissions de débats.

## RADIO NOVA

Radio Nova a pendant une semaine installé son studio à Place to B pour suivre la deuxième semaine de négociations de la COP21. Dans l'émission **2h15 avant la fin du monde**, les journalistes Marie Misset et Armel Hemme ont invité de nombreux experts et artistes pour détourner analyses de risques et perspectives anxieuses sur le climat.

## RADIO CAMPUS

Les 29 radios du réseau des Radios Campus ont lancé une grande couverture Radio FM et webradio de la COP21 appelée **GOOD COP BAD COP 21** et ont choisi Place to B pour tourner certaines de leurs émissions. Quelques-uns des 50 jeunes journalistes citoyens ont donc proposé plusieurs directs de 2 heures ou émissions spéciales pour offrir une information citoyenne et ancrée dans les territoires.

## AUTRES RADIOS

D'autres radios dont des radios étrangères sont venues profiter du studio de Place to B et ont pu ainsi produire des contenus sur place pendant les 15 jours.

## CONTENUS TÉLÉVISUELS

Place to B a noué différents partenariats médias, avec Ushuaïa TV, My TF1 News et LCI.

L'émission #CopConnection animée par Christine Oberdoff et diffusée quotidiennement pendant la toute la durée de la COP21, a intégré une minute Place to B pour faire vivre à ses spectateurs une partie des contenus et animations de l'événement.

Bien entendu, Place to B a aussi été un lieu d'accueil pour plusieurs équipes journalistiques qui ont ainsi disposé d'un lieu central pour tourner des interviews et retransmettre en direct des images de la mobilisation citoyenne à Paris pendant la COP21.

## CONTENUS EN LIGNE

### LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pour permettre au plus grand nombre de prendre part à la dynamique nouvelle offerte par Place to B, les réseaux sociaux furent un espace privilégié par l'ensemble de l'équipe. Pendant plus de deux semaines, tous les canaux de diffusion mis en place furent alimentés quotidiennement d'un riche contenu (plus de 100 tweets et 16 publications Facebook par jour), jusqu'à vivre par eux-mêmes.

Notre communauté internationale a trouvé sur nos différents groupes Facebook,

## STATISTIQUES TWITTER

DU 28/11/15 AU 13/12/15



- 1 605 TWEETS DU COMPTE OFFICIEL (ENVIRON 100 TWEETS PAR JOUR)
- 16 225 MENTIONS DU COMPTE @PLACETOB COP21 (ENVIRON 1084 PAR JOUR)
- 7 714 MENTIONS DU HASHTAG #P2BCOP21 (DU 14/11 AU 14/12)
- 1 181 MENTIONS DU HASHTAG #P2BFACTORY (DU 29/11 AU 18/12)
- 3 400 RETWEETS
- 2 700 LIKES
- 3 647 ABONNÉS EN PLUS : (5 681 LE 28/11, 9 328 LE 14/12)

LANGUES DES TWEETS QUI ONT MENTIONNÉ @PLACETOB COP21 :



## STATISTIQUES FACEBOOK

DU 28/11/15 AU 13/12/15



- 875 756 : NOMBRE TOTAL D'IMPRESSIONS ASSOCIÉES À TOUT TYPE DE CONTENU À NOTRE PAGE DONT :
- 357 418 PERSONNES ONT VU LE CONTENU ASSOCIÉ À NOTRE PAGE
- 232 466 PERSONNES ONT VISITÉ NOTRE PAGE, OU VU NOTRE PAGE OU L'UN DE SES POSTS
- 124 952 PERSONNES ONT VU UNE PUB OU UN POST SPONSORISÉ PAR NOTRE PAGE
- 19 234 PERSONNES ENGAGÉES (= CHAQUE CLICK OU COMMENTAIRE)
- 1 207 NOUVELLES MENTIONS - J'AIME - (4 654 - J'AIME" LE 28/11, 5 697 LE 14/12)
- 226 PUBLICATIONS (ENVIRON 16 PAR JOUR)

## STATISTIQUES DU SITE PLACETOB.ORG

- 97 000 PAGES VUES
- 22 000 VISITEURS UNIQUES
- 35 000 VISITES
- 25% DE VISITEURS ANGLOPHONES, 65% DE FRANCOPHONES  
10% AUTRES LANGUES

compte Instagram, Galerie Flickr ou fil Twitter le moyen de suivre l'aventure à distance et d'y contribuer, en s'appropriant le nouveau récit que nous tentions d'écrire.

Au lendemain du projet, plusieurs de nos espaces en ligne perdurent et restent un lieu d'échange et de partage pour les participants de Place to B ; d'autres initiatives ont aussi vu le jour pour prolonger l'expérience, comme le groupe Facebook **POSITIVA**.

Quelques témoignages publiés sur la page Facebook officielle de Place to B et le groupe réservé aux COPilots - résidents et coworkers mettent en exergue le rôle important qu'ont joué les réseaux sociaux pendant les deux semaines :

*"J'ai beaucoup appris avec vous #P2BCOP21 à distance mais tous les soirs j'ai partagé mes idées et vraiment beaucoup appris des intervenants, des débats, des artistes je ne savais pas comment exprimer mon amour pour ma planète auparavant, ce que je pensais j'ai réalisé que je n'étais pas seule !!!" (Rakel Well)*

*"Je n'ai pas pu venir, mais j'ai tout suivi par web, FB ou mails interposés : un grand bravo pour ce que vous avez fait, dégagé comme énergie, pour toutes les idées que vous avez pu faire progresser !! (...)" (Emmanuelle de Pétigny)*

*"I intended to take part in the saturday morning IRL discussion but was not able to make it, so I'll share some impressions and insights via the FB page! (...)" (Suzanne Lehn)*

## LE SITE WEB

Notre blog a relayé de nombreux portraits de bénévoles, des pastilles sonores, et de nombreux articles réalisés par les rédacteurs bénévoles présents à Place to B. Parmi ceux qui ont été le plus relayés, celui d'Adrien Saumier, "Et si on parlait comme dans un draft de la COP21 ?", repris notamment par le blog **Big Brother** du **Monde.fr** et d'autres médias à l'étranger.

La Cop21 a aussi été vue "en mode décalé", au travers le regard d'artistes comme **Shia Labeouf** ou avec de courtes brèves dénonçant les hoax contenus par certains dessins ou valorisant les actualités de la COP21 en gifs.

Un article écrit par Valérie Zoydo a aussi résumé avec justesse l'esprit du lieu et fut largement repris sur les réseaux sociaux.

Grâce à un partenariat conclu avec l'INA et le concours de ses étudiants, le site web de place to B a hébergé (et héberge encore) la plateforme **Atmosphère**. Celle-ci propose plus de 400 vidéos sur les questions liées à l'évolution du climat tirées de la base de l'INA. Présentées sous forme de cartes du monde, ces vidéos sont géolocalisées pour permettent à tout un chacun de découvrir plusieurs décennies de questions liées à l'évolution du climat d'un pays à l'autre.

Le site de Place to B a également repris l'ensemble des sons et émissions de radio enregistrés pendant l'événement sur la page "Radio Place to B".

Chaque jour nous avons relayé sur le site et par email un résumé des négociations et des événements organisés par Place to B.

## CONTENUS ÉVÉNEMENTIELS

Ateliers, conférences de presse, rencontres de professionnels des médias ou de la communication se sont succédés dans le Lounge, au sous-sol de Place to B. Nous avons ainsi réuni de nombreux professionnels du monde entier désireux de profiter de l'énergie de l'événement pour donner une ampleur différente à leurs initiatives.

## 30 NOVEMBRE ET 1ER DÉCEMBRE 2015 - LE TM SUMMIT

"Innovation workshop" et Séminaire qui a réuni des intervenants de renom et une centaine de participants pendant deux jours. Objectif : réfléchir aux nouvelles pratiques de narration au service de l'innovation sociale et environnementale.

## RENCONTRE FONDATION SCHNEIDER - COMMENT DÉVELOPPER L'ACCÈS À L'ÉNERGIE EN AFRIQUE

Cette rencontre a réuni des politiques, des experts et des artistes pour aborder la question de l'accès à l'énergie en Afrique. L'occasion d'éclairer le sujet avec une bonne dose de créativité !

## DATA FOR CLIMATE

Cet échange a permis de faire le point sur l'usage des données dans la création d'un monde meilleur - au sein des gouvernements, des startups, des ONG ou du monde académique.

## ECOCIDES ET DROITS DE LA NATURE

Le 3 décembre à Place to B fut consacré aux écocides et à la manière dont l'espèce humaine détruit les écosystèmes afin de nourrir une logique de croissance. Nous avons notamment accueilli le lancement du **tribunal international contre Monsanto (www.monsanto-tribunal.org)**, avec la présence de différentes têtes

de réseaux internationaux - la **Fundación Pachamama**, la **Fondation Gaia**, **The Women's Earth & Climate Action Network** ou bien encore le **Earth Law Center**, **End Ecocide on Earth**, le **Millennium Institute**, **l'Organic Consumers Association**, **l'IFOAM** et la **Fédération pour le climat**. Cet événement nous a permis de toucher le public international via l'implication des mouvements d'agriculture biologique et a été largement relayé dans les médias (cf. Libération, France Info).



© Solène Charrasse

## REMISE DES PRIX ASHOKA "SOCIAL INNOVATION TO TACKLE FUEL POVERTY" LE 4 DÉCEMBRE 2015

Lancé en septembre 2015, les lauréats ont été dévoilés à Place to B le 4 décembre au matin.

### PLACE TO SMILE

Les communicants responsables européens se sont réunis le temps d'une matinée pour partager leur réflexion sur la manière de partager les enjeux de durabilité en faisant sourire, avec un angle spirituel ou philosophique même.

### A L'IMPROVISTE...

Des ateliers se sont aussi improvisés pendant les deux semaines : lancement du mouvement "Notre affaire à tous", mais aussi atelier "Storytelling et écologie" pour évoquer l'existence d'un rite de passage en matière de convictions écologiques, ou bien encore des échanges sur le management dans une société changeante, mais aussi des conférences de presse improvisées : Pour revoir l'intervention d'Amy Goodman en vidéo

### CONTENUS ARTISTIQUES DES CONCERTS LIVE & DES ARTISTES MOBILISÉS !

Les artistes ont été au cœur du dispositif et ont permis par leur talent de toucher un public plus large.

Outre la présence de nombreuses stars lors des différents Place To Brief nous avons eu le plaisir d'accueillir des artistes issus de divers horizons tout au long de la manifestation parmi lesquels :

→ Le collectif **Listen Ensemble** qui a cocréé en collaboration avec le célèbre DJ **Murcoff** une oeuvre unique et éphémère lors de l'inauguration.



© Thomas Perrot



© Jugurtha

© Thierry Lassemlée

© Anne-Sophie Novel

→ **Tara Baswani** une des stars indiennes du Cirque Du Soleil pour une grande première en Europe, une création autour de Place to B.

→ Le DJ tunisien **Jugurtha** pour une performance holographique :

→ Le collectif **Solar Sound System** et **Ninjatunes** pour une soirée de légende dont la communauté se souviendra longtemps.

→ Le groupe africain **Gbediga Benin**

→ **La Grande Clameur** pour une soirée autour des peuples indigènes :

### DES PROJECTIONS DE FILMS

Plusieurs films ont été projetés en exclusivité durant les 15 jours: **Les Saisons**, **Demain**, **Marchands de doute** ou encore **Make it work**.

Les réalisateurs des **Saisons** et de **Demain** sont venus témoigner devant le public, offrant ainsi un moment de partage sincère et enrichissant.

Des acteurs de l'impro ont aussi pu se produire, tel le collectif des **climatoscéniques**.

### DES DÉGUSTATIONS

Glaces **Ben and Jerry's** ou cuisine vegan furent à l'honneur, ainsi qu'une soirée **Eat Your Future** avec **Spiruline** et insectes...



## FOCUS

# La Creative Factory

Installée à l'entrée de Place to B, la Creative Factory avait pour objectif de créer **une nouvelle histoire autour du climat**. Artistes, poètes, acteurs, activistes, journalistes s'y sont retrouvés pour imaginer de nouveaux codes de communication autour du climat. Menés conjointement avec le collectif Forever Swarm, les ateliers ont suscité une énergie nouvelle autour du besoin de mieux parler de ces sujets afin d'inspirer un véritable désir d'avenir.

La créativité ne peut être ni contrôlée ni prévue. Il n'existe pas de moyen de garantir la production d'un espace dédié à la génération d'idées. On ne peut que réunir les bonnes conditions, l'expertise, une atmosphère propice à l'inspiration et des outils pour permettre au processus de prendre racine et ensuite espérer que l'alchimie en résultant permettra l'émergence d'une étincelle créatrice.

La Creative Factory a été le produit de cet état d'esprit. Son mode de fonctionnement, son agencement, le matériel mis à disposition, l'enthousiasme des participants et l'ouverture d'esprit des passionnés qui s'y sont réunis ont donné naissance à une ébullition créative fort inspirante. De quoi développer des idées hors des vieux pièges de la communication sur le changement climatique tout en s'adressant à l'enfant qui sommeille en chacun de nous. Comme l'a expliqué sur [notre blog](#) David Holyoake, membre du collectif **ForeverSwarm** avec qui nous avons monté la factory, les participants "ont souligné le besoin de trouver de bons messagers, de comprendre les moteurs d'action de ceux qui ne partagent pas nos valeurs, de susciter plus d'empathie que de sympathie". Autant de facteurs sur lesquels réfléchir pour améliorer nos modes de communication sur ces sujets.

L'expérience de la Creative Factory a prouvé la nécessité et le potentiel du travail collaboratif et multidisciplinaire pour renouveler la communication climatique. La participation d'artistes et de créateurs dans la réalisation mais également dans les processus de pensées aux côtés des participants des ateliers a été acclamée, plusieurs participants décrivant la Creative Factory comme « transformationnel » pour leur travail et leur engagement.

De nombreux projets et initiatives nés pendant Place to B au sein de la Factory continuent aujourd'hui et vont se poursuivre de manière autonome. Parmi ceux-là, nous nommerons notamment les projets Planet Mum, Confluence et Flow.

### LA CREATIVE FACTORY EN CHIFFRES :

141 participants  
23 mentors  
4 artistes en résidence  
5 facilitateurs, 7 bénévoles  
7 ateliers  
18 productions

### A CREATIVE FACTORY DANS LA PRESSE :

**Le Monde** : [Repenser la communication des enjeux climatiques avec Place To B](#)

**France 3** : [Urban Gardening : COP21 Périscope autoroute insectes](#)

**Reporterre** : [Que peut apporter la créativité à la lutte contre le changement climatique ?](#)

**France 3** : [COP21 interview Ophélie Noor le DIY kesskecè](#)

**France 3** : [COP21 : végétaliser sa ville en créant des routes pour les insectes](#)

**Social Pieces** : [GreenPiece #cop21 – Empathy in Action: Two days at the Creative Factory](#)

© Natacha Bigan





© Arthur Enard  
© Marine Girard  
© Arthur Enard



© Arthur Enard  
© Arthur Enard

## CONCOURS CITOYENS

En parallèle de nos nombreux partenariats, Place to B a été sollicité pour participer à plusieurs concours aux côtés de ses partenaires. Ces canaux de communication supplémentaires nous ont permis de toucher la société civile et de mobiliser les citoyens sur les questions climatiques.

**CONCOURS MOBILE FILM FESTIVAL** : les réalisateurs des dix films en tête des votes ont été invités à passer une semaine à Paris au sein de l'auberge Place to B.

**CONCOURS AGIR POUR LE CLIMAT : MAIF** en partenariat avec la société **Bayard Presse** et Place To B a organisé un concours ouvert aux classes de cycle 3 (CE2, CM1 et CM2) du 7 septembre au 6 novembre 2015. L'ambition de ce concours était de sensibiliser les élèves au réchauffement climatique via la réalisation d'œuvres artistiques qui seraient exposées lors de Place to B. Les élèves ayant réalisé le récit de l'œuvre primée auraient dû être invités à Place to B et participer au Place to Brief pour présenter leur œuvre. Suite aux attentats de Paris, les déplacements scolaires ayant été interdits, cela n'a hélas pas été possible.

**CONCOURS DÉBLOQUEZ-VOUS !** : organisé par le magazine **Causette** avec Place to B, ce jeu concours créatif proposait aux lecteurs du magazine d'envoyer des preuves (photos, vidéos, illustrations, photomontages, récits, recettes de cuisine...) de leur "déblocage" afin d'agir pour le climat. Les deux gagnantes du concours ont été invitées à Place to B pendant deux jours pour vivre à nos côtés la COP21.

## UN ÉVÉNEMENT ECO RESPONSABLE

Impossible de monter un tel événement sans être exemplaire ! Place to B a mis en place plusieurs démarches éco responsables en s'associant à différents partenaires. Leurs expertises ont réduit notre empreinte carbone ainsi que nos déchets tout en impliquant notre communauté dans des gestes porteurs de sens. De quoi ajouter une nouvelle brique au récit porté pendant la COP21 par les storytellers de Place to B !

Nous avons été accompagné par **Ecocert Environnement SAS**, spécialiste français de la certification et expert en contrôle et certification des projets carbone, de l'affichage environnemental, de la gestion écologique des territoires et de développement durable. **Ecocert** a certifié les conditions de mesure et de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre et mis à disposition un auditeur pour permettre un contrôle objectif et professionnel de notre engagement climat. Dans le cadre de cette démarche, nous avons également mis en place des partenariats :

→ Avec **WattValue** pour réduire notre empreinte carbone relative à la consommation d'électricité

→ Avec **Pur Projet** et **Treez** pour compenser nos émissions via la vente de bracelets permettant pour chaque bracelet vendu de planter un arbre au Pérou.

Grâce au partenariat avec la société **AVOB**, nous avons également pu installer sur site une infrastructure de suivi des consommations d'électricité et de gaz. Ensemble, nous avons communiqué à l'ensemble de la communauté de manière intuitive et ludique sur ces consommations pour permettre à tous de faire les gestes les plus responsables durant leur séjour à Place to B et au-delà.

Les émissions Place to Brief ont été réalisées en suivant les méthodes labellisées **Ecoprod** pour limiter au maximum la consommation électrique.

Nous avons également travaillé au quotidien avec le **Belushi's** et le **St Christopher's Inn** qui nous accueillait pour mettre en place une démarche **Zero Waste** afin de réduire au maximum notre production de déchets, notamment dans le cadre de la restauration sur le site. Nous avons privilégié les produits en gros, réutilisables, eu recours au prêt et amélioré les pratiques de gestion des déchets au sein du bâtiment.

Nous avons aussi choisi d'aménager notre lieu avec des créations **Marron Rouge**, entreprise de mode et de décoration dont le recyclage est le fer de lance. A l'issue de l'événement, notre partenaire **Le Bon Coin** nous a également permis de mettre en vente sur son site une grande partie des éléments de décoration et des outils utilisés durant les deux semaines de Place to B - de quoi leur offrir une seconde vie chez des particuliers ou d'autres entreprises !

Enfin, Place to B a souhaité mettre en place au **Belushi's** une restauration responsable. Nous avons proposé à l'ensemble des résidents et des visiteurs un menu responsable en s'attachant à :

→ **Sélectionner des produits à l'impact environnemental et social limité (issus de l'agriculture biologique, du commerce équitable, etc ...)**

→ **Réduire l'impact sur le climat du menu proposé (approvisionnement au maximum en produits locaux (France) et de saison, réduction de la part de protéines animales)**

→ **Prendre en considération tous les régimes et intolérances alimentaires**

Pour parvenir à cette transformation nous avons fait appel à Perrine Wardak, créatrice de **L'R Durable** – mouvement de promotion et de soutien de la restauration responsable organisant notamment des événements culinaires rassemblant des professionnels engagés.

## LA COMMUNAUTÉ

L'événement Place to B a permis de matérialiser la large communauté de journalistes, blogueurs, artistes, communicants et militants venus de toute la planète pour raconter une autre histoire du climat. Qu'ils logent sur place durant les deux semaines de la COP21 ou qu'ils viennent y coworker quotidiennement, les COPilotes ont pu partager leurs projets, idées, analyses et dynamiques dans un environnement ouvert et agile mais également au sein de la Creative Factory sur des objectifs précis et en étant accompagnés.

Au sein du hub international de narrateurs engagés que représente Place to B, plusieurs projets ont déjà vu le jour :

- **Le tribunal international contre Monsanto;**
- le lancement du mouvement **"Notre affaire à tous"**;
- le groupe **Shaka Ponk** a annoncé s'engager dans une démarche de tournées responsables;
- **Vivienne Westwood** a lancé sa campagne contre les écocides;
- les artistes et romanciers engagés **Eloi Saint Bris, Eve Demange et Yvan Rytz** ont monté un travail autour du storytelling climatique;
- tandis que la berlinoise **Annekathrin Otto** développe une Creative Factory dans la capitale Allemande;
- de très nombreux journalistes, bloggers, artistes ou citoyens engagés ont fait preuve d'un grand intérêt pour la suite de l'expérience et sont d'ores et déjà volontaires pour créer du contenu et contribuer au projet à distance.

**Les liens qui se sont créés à Paris en décembre 2015 au sein de la communauté et entre la communauté, l'équipe Place to B et les partenaires vont constituer le terreau d'un grand nombre d'initiatives en 2016.**



© Reporterre



© Anne-Sophie Novel

© Thierry L'Assemblée

© Scott Shigeoka

## PLACE TO B EN RÉGIONS

En janvier 2015 nous avons eu l'opportunité de présenter Place to B au micro de Stéphane Paoli dans l'émission 3D. Très écoutée, cette intervention d'Anne-Sophie Novel a généré de nombreuses prises de contact avec l'équipe, et plusieurs personnes nous ont sollicité pour répliquer la dynamique de Place to B sur leur territoire. C'est ainsi que nous avons lancé la dynamique à Nantes, Bordeaux et Toulouse.

Là où Paris offrait un lieu d'accueil d'acteurs internationaux, les régions se sont focalisées sur des interventions originales dans des lieux grands publics dont certains d'ordinaire peu enclins à diffuser des informations sur le climat. Ces dynamiques régionales ont permis d'agréger et de fédérer des acteurs locaux autour du même désir : mieux parler du climat et atteindre des publics différents.

## PLACE TO B À BORDEAUX

### 40 événements organisés du 30 novembre au 11 décembre 2015



- Une programmation quotidienne thématique (en lien avec les thèmes abordés à Place to B Paris)
- Un laboratoire de formats événementiels innovants : théâtre d'improvisation, bande dessinée, conférences gesticulées, quiz dans les pubs, concerts, happenings, land art, projections, débats, ateliers participatifs, dîn'action, jeux de rôles, bricolage, blind test, apéro écolo, cabaret, exposition photo, micro-trottoir, court-métrages, petit-déjeuner, jeux vidéos...

### Une co-construction territoriale

- 30 associations partenaires
- 80 étudiants associés à la préparation et à la logistique des événements
- 10 entreprises partenaires
- Un soutien des institutions locales (Mairie de Bordeaux, Bordeaux Métropole, Conseil de Développement Durable de Bordeaux Métropole, Département de la Gironde)
- 30 citoyens - bénévoles

### Impact

- 1 000 visiteurs
- 940 fans sur Facebook
- 95 followers sur Twitter
- Retombées presse : 12 relais (radio, presse écrite, webzine, TV, radio)

## PLACE TO B À TOULOUSE

### 15 événements organisés du 30 novembre au 4 décembre 2015



- 1 journal web TV par jour
- 1 newsletter par jour
- 3 soirées artistiques (concert rock, performance artistique, improvisation)
- 3 master class sur le climat (cibles professionnels)
- 1 creative Factory
- 1 formation à la Dataviz sur le thème du climat
- 2 serious game Cop in my City (TBS et entreprises)
- 1 Grand procès de la RSE
- 1 film tourné en live
- 1 Green Battle à la sauce anglaise par des étudiants ingénieurs
- 7 ateliers pour les enfants

### 450 personnes présentes durant la semaine dont 140 participants aux ateliers

- 90 bénévoles dont :
- 17 à la Rédaction sous la coordination de Cécile Varin
- 8 techniciens son et vidéo
- 29 bénévoles Ateliers et Soirées
- 1 photographe
- 4 bénévoles digitaux
- 5 chroniqueurs du Journal WEB TV
- 20 étudiants en Design de l'université Jean-Jaurès
- 3 bénévoles Expositions
- 3 bénévoles Coordinateurs

### Impact

- Présents sur 9 médias digitaux
- Près de 60 000 personnes touchées avec Twitter
- 376 retweets
- 1477 vues sur Youtube
- 5 newsletters envoyées soit 19 085 contacts
- 1200 photos

## PLACE TO B À NANTES

### 26 événements organisés du 29 novembre au 10 décembre 2015

### Une programmation quotidienne aux formats événementiels innovants



Conférence inversée avec animation radio, soirée quizz climatique, théâtre et cabaret d'improvisation, web-magazine,

expositions photos, contes et poésie par les enfants dans un bar, performances, débats, films, animation radio-découverte de start-up locales ...

### Des apparitions dans l'espace public

- 5 passages d'improvisation théâtrale dans le tramway
- Une déambulation à vélo suivi d'un défilé en musique de robes en récupérations
- 2 graffitis inversés (à base d'eau de pluie!)
- 1 déambulation urbaine à la conquête des plantes sauvages...

### Des invitations radiophoniques et presse

- 3 passages sur les radios Big Banana Radio et SUN
- 1 participation à la radio Euradio Nantes et L'Ecolobuissonnière
- 1 passage dans le Ouest France
- 1 invitation à un nouveau magazine local Nabu

### Une co-construction territoriale :

- Un soutien des institutions locales (Nantes Métropole)
- 15 associations partenaires
- 6 entreprises partenaires
- 5 bars nous ont accueillis
- une quarantaine de bénévoles à la construction du projet (photographes, journalistes, artistes, écrivains, facilitateurs, simples curieux, vidéastes, agriculteurs...)

### Impact

- 1000 visiteurs 250 likes sur Facebook
- 85 followers sur Twitter
- Retombées presse: radio, presse écrite, webzine.
- Plus d'une centaine de curieux dans la rue !

En régions, Place to B fut donc un laboratoire d'événements qui a proposé des formats originaux et nouveaux afin de sensibiliser les citoyens aux enjeux climatiques durant la COP21.

Basée sur la collaboration avec les acteurs locaux, chaque déclinaison à Bordeaux, Nantes et Toulouse s'est construit de manière autonome, selon les enjeux forts des différents territoires.

### UN LEITMOTIV : RACONTER AUTREMENT LA NÉCESSITÉ D'UN MODE DE VIE PLUS DURABLE, SANS CULPABILISATION, JARGON NI CATASTROPHISME, EN REPLAÇANT LE CITOYEN AU CŒUR DE CHAQUE ÉVÉNEMENT.

#### Pour co-construire ce nouveau récit en régions, Place to B en régions a :

→ **favorisé les rencontres des différents acteurs** qui construisent, créent et interpellent autour des questions climatiques et des solutions réalisables à l'échelle de leur territoire, grâce à une programmation événementielle novatrice.

→ **incarné un relais médiatique fort**, en produisant du contenu sur l'existant, c'est à dire en partageant ce qui est déjà en place ou se met en route dans nos régions en



Place to B Bordeaux



Place to B Nantes



Place to B Toulouse



faveur d'une transition écologique en utilisant une variété de supports tels que des webTV, blogs, vidéos, radios, créations artistiques, occupations d'espaces publics, etc., pour faire comprendre ces enjeux au plus grand nombre.

Une réussite puisque la fréquentation a été au rendez-vous, des publics différents ont été touchés, de nombreuses idées ont émergé et les acteurs des territoires ont vu en Place to B un facilitateur de synergies locales en faveur du développement durable.

### **LES PISTES D'AMÉLIORATION**

Place to B fut une expérimentation grandeur nature. Une première version d'un événement original, sur 15 jours à plein temps, avec un public international...

Si nous avons de nombreuses raisons d'être fiers du chemin parcouru, nous avons aussi identifié plusieurs éléments d'amélioration du projet qui permettraient une marge de progression dans l'organisation et la réalisation d'un futur événement similaire. Parmi ceux-là, nous pouvons souligner :

- Le renforcement des équipes d'organisation lors de l'ouverture pour permettre une mise en place plus fluide.
- Le renforcement des équipes rédactionnelles, notamment pour suivre l'importante masse d'informations produites pendant des événements tels qu'une COP.
- La nécessité de lever le plus en amont possible les incertitudes techniques dans les lieux d'accueil de la manifestation.
- La sécurisation de la mise en ligne des vidéos en temps réels pour encore améliorer la visibilité en ligne et la capacité à mobiliser les publics à distance.
- Le besoin d'une plateforme de communication dédiée à une communication claire et intuitive du programme et des intervenants.
- La conservation de temps dédiés à la rencontre entre l'équipe et les participants pour créer encore davantage de liens au sein de la communauté.
- Une meilleure communication sur les démarches éco-responsables mises en place.



### **VISIBILITÉ PRESSE ET AUDIENCE**

Sur la base de l'étude réalisée par l'agence de **RP The Messengers**, Place to B a cumulé **une audience de plus de 313 millions de personnes**, pour une équivalence publicitaire de 802 500 euros.

*“Le Monde.fr, RFI, Le Petit Journal, Le Parisien, La Croix, Sudouest, Rue89 Bordeaux, Reuters, Slate, Telerama, Huffington Post... De beaux médias qui ont mis en lumière les valeurs de Place to B. Dans l'ensemble les retombées sont (très) positives. L'audience cumulée, la valorisation publicitaire, les médias ayant relayé ce qu'est P2B, c'est un véritable succès reflétant le travail de chacun à Place to B et renforçant la légitimité du projet.”*

## **PLACE TO B-GINNING : LE PROJET 2016-2017**

**A**vec l'année 2016, Place to B ouvre une nouvelle page de son récit et de sa construction en tant que projet associatif ambitieux, international, militant et influenceur. Encore davantage qu'en 2015 avec la COP21, Place to B souhaite proposer un récit novateur, enthousiaste et mobilisant les énergies locales et internationales pour adresser les médias et la société civile dans son ensemble.

Nous présentons ici les axes de développement du projet Place to B pour 2016 et au-delà.

### **NARRATORS FOR CHANGE LE RÉSEAU DE PLACE TO B**

Place to B rassemble **un réseau de journalistes spécialisés sur l'écologie**, désireux de porter d'autres valeurs et une autre vision du monde, mais aussi des **storytellers engagés** (blogueurs, designers, communicants, artistes, experts, codeurs, etc.) souhaitant bénéficier d'un espace d'échanges de savoirs, de pratiques, de challenges autour de leurs sujets de prédilection.

Nous voulons construire un véritable hub international réunissant ces différents publics pour les fédérer, les mobiliser et au final les accompagner dans l'écriture du nouveau récit qui doit traverser l'ensemble des modes de communications pour rendre possible la transition écologique.

En capitalisant sur la communauté réunie à Paris et en région en 2015, nous allons amplifier la dynamique et animer les échanges via notre site et un certains nombres d'outils (veille, newsletter dédiée aux professionnels et adossée à un annuaire international de membres pour faciliter la mise en contact, la co-création et la valorisation des initiatives au sein de la communauté).

Un tel réseau n'existe pas encore, et la réussite de l'édition 2015 prouve l'appétence du public que nous avons réuni pour une telle dynamique. Il s'agit également de la principale sollicitation de la communauté depuis son lancement et encore davantage depuis la fin de la COP21.

### **THE BASELINE LE LABORATOIRE D'IDÉES PAR PLACE TO B**

Place to B souhaite proposer à son réseau un véritable centre de ressources, à la fois media center, base de données et outil de veille et d'études à destination des journalistes, professionnels de la communication mais aussi des ONG, entreprises, scientifiques ou hommes politiques..

A l'image d'un Climate Outreach outre Manche, nous voulons proposer par ce biais un ensemble de contenus de haut niveau, avec mises en contexte aussi bien locales que nationales, qui seront diffusés par le site web et par une base de données accessibles à nos adhérents et abonnés. Le laboratoire s'appuiera sur les acteurs du réseau Narrators for Change et leurs productions. Il sera également possible de les mettre à contribution pour organiser des formations, séminaires ou tables rondes ou de leur proposer des études financées par d'autres organismes.

Un tel laboratoire n'existe pas encore en France. Son émergence traduira une évolution récente et significative de notre société. D'ailleurs, une équipe de sociologues désireux de suivre l'expérience Place to B est déjà en train de réaliser une étude sociologique afin de comprendre la nouvelle forme de militantisme représentée par notre dynamique. Les résultats seront prêts courant 2016 et valorisés sur le site de Place to B ainsi que sur The Conversation France.

### **PLACE TO B EVENTS LA FABRIQUE DE CONTENUS ÉVÉNEMENTIELS GRAND PUBLIC**

Place to B, par sa jeune histoire, dispose dans son ADN d'une forte composante événementielle et festive et d'une vraie ouverture au grand public - et notamment aux jeunes générations. Nous souhaitons bien entendu continuer dans cette voie et pérenniser les actions déjà mises en place avant et pendant la COP21.

Ainsi nous voulons continuer à proposer des rendez-vous mensuels à notre communauté, à Paris comme en régions ou à l'étranger, sur le modèle des "COP of Tea" ou des "Apéros Ecolos" déjà organisés depuis de longues années par l'association qui porte le projet.. Ces jalons sont importants pour conserver le modèle participatif et ouvert de Place to B.

Nous allons également proposer des rendez-vous trimestriels, sur le modèle des Place to Brief et développer des unités mobiles de Place to B pour intervenir en partenariat avec d'autres événements pour lesquels

nous recevons déjà de très nombreuses sollicitations. Ces actions seront des opportunités pour produire des contenus partagés avec l'ensemble de la communauté.

Nous pourrions ainsi nous nourrir de l'historique de l'association Eco-lo-Info et de l'expérience acquise pendant la COP pour communiquer largement sur le nouveau récit écrit au sein de Place to B.

### ÉVÉNEMENTS

Nous avons reçu de nombreuses propositions pour **reproduire l'expérience Place to B à l'étranger**, notamment lors du Forum Social de Montréal en août 2016, mais aussi à Marrakech pour la COP22 en décembre 2016, ou bien encore aux Etats-Unis avant les présidentielles.

Nous allons donc étudier la possibilité d'intervenir lors de différents festivals ou événements dont les valeurs sont proches des nôtres. Notre expertise nous permettra de mettre en place un ou plusieurs modules associant débats, émission TV et factory s'inspirant de ce que nous avons mis en oeuvre à Paris lors de la COP21. Nous souhaitons ainsi exporter notre dynamique et la répliquer autant que possible aux côtés de nombreux partenaires.

### FOCUS SUR : PLACE TO BRIEF

Il nous paraît plus que jamais nécessaire de prolonger l'expérience des Place to Brief sur des sujets d'actualité en donnant des rendez-vous réguliers à notre communauté. Pour cela nous allons continuer à travailler sur un concept d'émission live tournée dans un lieu atypique, à Paris ou autre part en France ou à l'étranger.

Cette émission rebondirait sur l'actualité en appliquant une grille de lecture écologiste du monde. Son prisme resterait international, et ferait appel à des intervenants d'horizon divers, avec une approche sur le temps long, inspirée par des réflexions philosophiques, historiques et anthropologiques nécessaires à notre compréhension actuelle du monde et son avenir.

Elle conserverait un esprit web en étant volontairement dynamique et ponctuée de la culture numérique actuelle. Elle aurait bien sûr recours à l'intervention d'artistes dans un format encore plus travaillé que durant notre événement. Le live serait accessible par un large public et traduit simultanément. La mise en ligne des vidéos sera proposée par la suite à nos partenaires.

Ces émissions seront conçues avec nos partenaires médias, dont The Conversation, et des numéros spéciaux par thématique seront également développés.

### FOCUS SUR : SÉRIE DE PORTRAITS

Nous travaillons sur la réalisation d'une série de portraits en partenariat avec un partenaire de choix afin d'imaginer un nouveau format d'interview sur les thématiques de l'écologie.

L'idée est de valoriser l'action des intrapreneurs et des activistes/militants auprès d'un large public en évitant les effets de méfiance habituels lorsqu'on en vient à évoquer ces sujets. Les plus écolos comme ceux qui sont taxés de greenwashing n'arrivent pas à se faire entendre. Le format que nous imaginons consiste donc à opter pour un échange qui favorise l'écoute du spectateur sans qu'une étiquette, une marque ou un a priori ne vienne fausser son avis sur le propos tenu... On vous en dira plus très bientôt, mais il s'agit surtout de réconcilier la société et ses acteurs autour de vécus et de valeurs humaines fondamentales.

### THE BUILDING

#### LA MAISON DE PLACE TO B

L'aboutissement de notre projet est la réalisation d'un lieu permanent permettant d'accueillir l'ensemble des dynamiques du projet Place to B. Ce site sera dédié à ceux qui veulent narrer une autre histoire du monde à venir. Principalement orienté vers les médias, il sera ouvert aux artistes et autres narrateurs désireux de venir travailler ensemble à la construction d'un monde meilleur.

#### CE SERA DONC :

→ **Un lieu international dans Paris, ouvert à tous les médias (qui pourraient y installer leurs bureaux, aux freelances désireux de partager un espace de coworking, etc.w), ouvert au public, inspiré de l'expérience de Place to B**

→ **Un espace d'échange, d'accueil et de production de contenus (Fab Lab)**

→ **Un espace de coliving et de partage (d'idée, de matériel, etc.) de restauration, de conférences, séminaires et concerts**

A terme, ce lieu nous permettrait même d'adopter un rôle de structure de presse coopérative et d'impacter bien au-delà de notre seule action le tissu médiatique et social.

Notre projet est donc ici d'offrir un espace de dialogue et de travail sur le storytelling de la transition, de réunir des ONG, des entreprises et des acteurs désireux de revenir sur leurs expériences et d'analyser les idées reçues afin de trouver de nouveaux modes d'expression.

### **PLANNING PRÉVISIONNEL**

Nous présentons ici un premier planning prévisionnel des actions identifiées dans nos différents axes de développement pour 2016 et 2017 :

- Conférence de presse de lancement : Mars 2016
- Émissions Place to Brief :
  - Place to Brief #1 : Mai 2016
  - Place to Brief #2 : Septembre 2016
  - Place to Brief #3 : Décembre 2016

### ÉVÈNEMENTS :

- We love Green : 04 au 05 Juin 2016
- Forum Social Mondial 2016 à Montréal : 09 au 14 Août 2016
- COP22 à Marrakech : 07 au 18 Novembre 2016
- Magazine digital :
  - Place to B Le Mag #1 : Juin 2016
  - Place to B Le Mag #2 : Septembre 2016
  - Place to B Le Mag #2 : Décembre 2016

### PUBLICATIONS :

- Web Documentaires Place to B (26 et 54 minutes) : courant 2016
- Livre Place to B : Début 2017

## **COMMENT CONTINUER AVEC NOUS ?**

**L'idée de rassembler des narrateurs du monde entier pour ré-inventer les modes d'expression autour de la transition écologique vous plaît et vous souhaitez nous soutenir ou simplement en savoir plus?**

### **CONTACTEZ-NOUS PAR MAIL :**

[contact@placetob.org](mailto:contact@placetob.org)

### **SUIVEZ NOTRE ACTIVITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :**

**Twitter:** @PlaceToBcop21

**Facebook:** Place to B Cop 21

**Instagram:** placetoblive

### **VISITEZ NOTRE SITE INTERNET ET LISEZ NOTRE BLOG :**

[www.placetob.org](http://www.placetob.org)





[contact@placetob.org](mailto:contact@placetob.org)  
[www.placetob.org](http://www.placetob.org)