

...journalog

bigbang/communication/



Découvrez
comment l'agence
a cocooné Jøtul !

FRANCE ÉQUIPEMENT
ET **SUFFIXE** S'OFFRENT UN
NOUVEAU POSITIONNEMENT
DE MARQUE.

AUDIT QUALITÉ RÉUSSI !
L'AGENCE RENOUVELLE
SA CERTIFICATION **ISO 9001**
POUR TROIS ANS.

L'AGENCE APPORTE SON
SOUTIEN AU CINÉASTE
LUC JACQUET ET SON
ASSOCIATION WILD-TOUCH.

...communication/ stratégique/digitale/éditoriale/

sommaire://

P3 . l'agence
bigbang au pays des Gônes /

P4 . focus #1
Jøtul, la chaleur scandinave /

P6 . focus #2
Abéo : deux sociétés
dynamisent leur
positionnement de marque /

P8 . book/news
Les dernières actions de
communication menées par
bigbang /

P12 . mobilisation
bigbang s'engage
aux côtés du cinéaste
Luc Jacquet /

P14 . organisation
Il était trois fois bigbang /

P15 . qualité
La qualité, une démarche
bien ancrée /

ÉDITO

L'audiovisuel au cœur de l'actualité bigbang

Un partenariat inédit avec le cinéaste Luc Jacquet et le rachat de la société de production de films documentaires Aster confèrent à l'activité « audiovisuelle » de l'agence une nouvelle dimension.

Déjà, les rachats du studio de création multimédia Andesys et de l'agence publicitaire Malice avaient marqué cette démarche volontariste de bigbang de conforter chacune de ses activités en y investissant les moyens humains et financiers nécessaires.

Aujourd'hui, la prise de contrôle de Aster (société de production fondée en 1993 par Martine Vaylet) va lancer l'agence sur de nouveaux projets avec un objectif : faire de cette société de production une référence dans le documentaire « de nature ». Cet engagement militant pour les grandes causes environnementales va donner à bigbang/aster un sens nouveau au travail de chacun d'entre nous.

Patrick Faivre

LES CHIFFRES DE L'AUDIOVISUEL

36%
du CA est réalisé
sur la production
audiovisuelle

Plus de **30**
productions en
cours de réalisation.

Hausse de
38%
du chiffre d'affaires
audiovisuel de
l'agence en 2010

Plus de **600** productions exécutives
réalisées en 2010 pour les grands comptes.

LES AUTRES CHIFFRES

1990
c'est l'année
de naissance
de l'agence

35% de consultations
remportées en 2010 sur 121 compétitions

PLATEAU TV

Intégré à l'agence, ce plateau dispose
d'un fond vert dit cyclo d'incrustation.
Dernières acquisitions : un prompteur
et une caméra HD P2.

8,7%

C'est la progression du
chiffre d'affaires de l'agence
entre 2009 et 2010

23

C'est l'effectif permanent
de l'agence

CAC 40

12,5% des entreprises du CAC 40
sont de fidèles clients de l'agence

Le Journalog est une publication périodique de l'agence bigbang communication. **Directeur de publication:** Patrick Faivre. **Adresses:** bigbang lyon, 119, rue Servient - 69003 Lyon - bigbang besançon, 2, chemin de l'Aiguillette - 25000 Besançon - bigbang grenoble, 21 mail, Pierre Mendès France - 38120 Saint-Egrève. **E-mail:** contact@bigbang.fr - www.bigbang.fr - **Crédit photos:** bigbang sauf mention contraire - Imprimé sur papier cocoon offset FSC 100% recyclé.

QR Code mode d'emploi : 1/ Téléchargez le lecteur de QR code gratuitement sur internet. 2/ Lancez votre lecteur QR code depuis le menu de votre mobile. 3/ Placez l'objectif de l'appareil photo de votre mobile au-dessus du flashcode, la capture se fait automatiquement et vous êtes connectés à l'internet mobile (coût d'une communication wap). Iphone : application disponible sur App Store®

...l'agence

bigbang au pays des Gônes

En s'implantant à Lyon, bigbang
entend se faire une place de
choix : avec des effectifs doublés,
l'activité ne cesse de croître.



ENTREZ DANS L'UNIVERS bigbang... Poussez la porte du 119 rue Servient, 69003 LYON. Premier piège : deux portes d'entrée ! Choisissez le deuxième étage pour rejoindre l'accueil, l'équipe des dynamiques stratégiques et le pôle éditorial. Descendez d'un niveau et tombez nez à nez avec la toile amaryllis de l'artiste Charles Belle. Passez de l'autre côté de la toile et assistez à une réunion. Un lieu mis aussi à disposition des clients ou d'associations. Sur la gauche, pause café ! Dévalez quelques marches et engagez-vous dans le monde de la création. Pour s'oxygéner rendez-vous sur la terrasse !



En rachetant l'agence Malice en 2008 (dirigée par Hélène et Jean-Pierre Ségeral), bigbang est dans la place lyonnaise ! D'abord implantée dans les locaux de celle-ci, rue Godefroy, l'agence a finalement investi de grands bureaux sur trois étages type loft au pied de la tour Part-Dieu. Dans ces locaux qui font écho, par leur architecture, à ceux de Besançon (larges vitres, murs rouges, béton brut, espaces ouverts), huit permanents aux compétences diverses s'affairent.

Déploiement. Cette acquisition de clients essentiellement privés a permis d'étoffer le portefeuille de bigbang en Rhône-Alpes et de se rapprocher d'une de son antenne de Grenoble. Depuis que bigbang est à Lyon, l'agence a doublé ses activités et ses effectifs. Leader en Franche-Comté et challenger en Rhône-Alpes, les ambitions se tournent aujourd'hui au niveau national pour certains appels d'offre, en presse des collectivités territoriales notamment. Poursuivre la stratégie d'acquisition de compétences et de structures complémentaires aux métiers de la communication et de l'audiovisuel, reste un objectif affiché de l'agence.

Jøtul, la chaleur scandinave

La marque norvégienne, Jøtul, leader mondial du poêle et du foyer en fonte confie à bigbang depuis plusieurs années maintenant ses campagnes promotionnelles et média sur toute la France.

bigbang mobilise sa compétence en média planning pour illustrer Jøtul dans les médias, dans des supports en phase avec le positionnement de la marque, en presse professionnelle ou grand public, spécialisée ou généraliste. Vous retrouvez donc la star des poêles à bois en fonte dans l'Express, Home Magazine, Idéat...

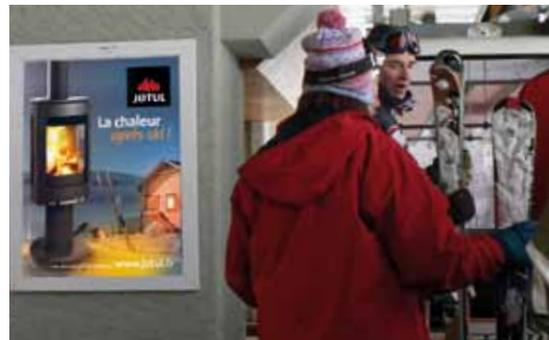
L'EXPRESS
HOME
IDEAT

Une place bien au chaud. Jøtul France propose une gamme complète de poêles et foyers classiques et modernes ainsi qu'une nouvelle ligne de cheminées rustiques, classiques et contemporaines. S'appuyant sur la tradition de l'artisanat norvégien et un haut niveau de qualité, Jøtul demeure le favori des générations actuelles.

La Chaleur By Jøtul. C'est une obsession de la vie autour du feu. De l'ambiance parfaite. De l'environnement parfait. Et du moment parfait. Du calme, de la paix et de l'harmonie. Le souci du design, qui place haut la barre au sein de cette industrie, contribue au maintien de Jøtul au premier rang des fabricants de foyers, poêles et inserts depuis 1853. Voilà l'esprit Jøtul. Il brûle à présent partout dans le monde.

Deux temps tout feu tout flamme. Comme chaque année, une campagne au printemps puis une en automne permet de rendre visible et attractive l'offre commerciale des deux marques : Jøtul et Scan. Création publicitaire, plan-média (affichage, presse, radio), bigbang accompagne la célèbre marque dans ses démarches marketing pour le marché France.

Jøtul chasse ses skis !
Du 19 décembre 2010 au 30 avril 2011, Jøtul s'affiche dans l'ensemble des massifs montagneux français : en affiche 120 x 160 ainsi qu'en format horloge. Cette campagne s'attaque aux pistes avec l'accroche suivante : Jøtul... La chaleur "après-ski" !



FLASHEZ LE CODE ET ÉCOUTEZ LES SPOTS RADIO !



...journalog/ 4



Anne-Lise Berger, responsable marketing Jøtul France

« Cette importante campagne dans les médias représentait une première grosse opération demandant écoute et rigueur. bigbang a assuré tant au niveau graphique en modernisant la création qu'au niveau organisation et logistique. La disponibilité et le bon déroulement des opérations nous ont apporté toute satisfaction ».

Pour la campagne « Opération Promotionnelle » du printemps 2011, Jøtul offre pour l'achat d'une cheminée ou d'un poêle, une cheminée d'extérieur Terrazza au design contemporain qui prolonge les moments de bien-être à l'extérieur. bigbang signe cette campagne avec deux positionnements : Jøtul joue les prolongations (Jøtul) et La chaleur n'a pas de saison (Scan). Une campagne nationale déclinée en affichage, annonces presse et spots radio.

Abéo : deux sociétés dynamisent leur positionnement de marque

Le groupe ABÉO est un acteur majeur du secteur des équipements sportifs et de loisirs. bigbang accompagne deux de ses sociétés dans leur communication : Suffixe et France Équipement.



La plaquette sobre et design épouse les codes de la marque : technologie et élégance.

Suffixe, un souffle nouveau pour lancer Pyxis

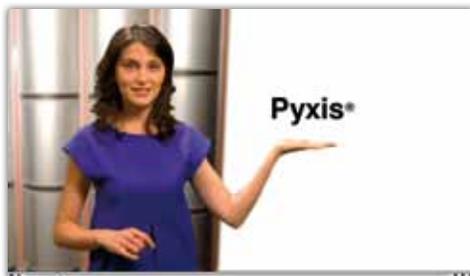
Suffixe a mis au point un concept de casier particulièrement adapté aux besoins des utilisateurs des piscines. Il s'agit d'un casier en aluminium recyclé qui tourne sur lui-même ce qui lui confère une résistance au vandalisme. Il est aussi géré de manière informatique ce qui permet de supprimer tout système de clés. Le lancement de ce produit innovant s'est décliné sur différents supports.

Une stratégie multi-supports Un site événementiel a été conçu et réalisé pour l'occasion. Il héberge un film scénarisé, tourné et monté par l'agence. Ce film de démonstration est aussi un excellent média pour diffusion sur les salons.

Une plaquette (avec flashcode) vient soutenir la campagne : elle emprunte aux codes de la haute technologie et compare les avantages esthétiques, pratiques et écologiques du casier Pyxis face au casier stratifié.

Un reportage photo sur un site en région parisienne qui s'est pourvu du nouveau produit, a été orchestré et réalisé par bigbang dans l'idée de capter la mise en disposition.

Enfin, à destination des maîtres d'ouvrage et autres agences d'espaces collectifs, bigbang a packagé une maquette des casiers Pyxis. Véritable objet de communication, le casier Pyxis est une reproduction parfaite de l'originale, en aluminium anodisé.



À l'origine du film, il y a l'écriture d'un storyboard narrant les mouvements de la présentatrice sur le plateau et les incrustations de texte.



Véritable objet de communication, la maquette des casiers Pyxis saura convaincre les maîtres d'ouvrage-agenceurs.

Les lettres et la mascotte de Suffixe ont été modernisées, passant d'un aplat grisé à un effet chromé.



France Équipement, une nouvelle image pour des vestiaires sublimes

France Équipement fabrique et commercialise des solutions d'aménagements d'espaces pour les piscines, stades, gymnases, écoles, sites industriels, centres commerciaux... L'entreprise dont le siège est situé à Rioz en Haute-Saône emploie plus de 100 personnes. Filiale du groupe Abéo, France Équipement se situe parmi les trois leaders du marché français sur ces produits aux normes exigeantes : normes sanitaires, résistance, durabilité... doivent rimer avec esthétique et confort, pour le plaisir des yeux et la convivialité de tous les espaces collectifs. Qu'ils soient fréquentés par de jeunes collégiens ou par des basketteurs de très haut niveau.

bigbang réalise l'ensemble des supports de communication Depuis quatre ans, le catalogue France Équipement est édité à 12000 exemplaires de toutes les gammes France équipement : mobilier de vestiaire, équipement de sanitaires, protections murales... Pour un résultat qui est destiné à plaire à tous les architectes et maîtres d'ouvrages (qui sont les prescripteurs des produits), des photographes professionnels se sont rendus dans une trentaine de chantiers en France, ont habillé d'accessoires et mis en valeur les espaces. La **direction artistique** a proposé une **organisation éditoriale** et des illustrations techniques.

Nouveauté en 2011 : France Équipement a également confié à l'agence la réalisation de son site internet, alors rendez-vous sur www.franceequipement.fr pour un voyage parmi les espaces collectifs les plus design et les plus pratiques de France !



Au sommaire de ce nouveau catalogue au format plus maniable pour les professionnels et au contenu encore plus détaillé pour un choix parmi plus de 1000 références : agencement stratifié, bancs et porte-manteaux, vestiaires et sanitaires, protections murales, cabines pour personnes à mobilité réduites, espaces enfants...



Nicolas Van Meerssche, responsable marketing de France Équipement

« La réponse de bigbang était la plus originale, la plus créative tout en restant dans notre budget. Ensuite le suivi régulier du dossier a été réalisé rigoureusement et dans le respect des délais. »

Idice, des salons bien emballés.

Idice, organisateur de salons appartenant au groupe Infopro Communications, groupe leader d'information et de services professionnels en France, pilote depuis de nombreuses années des salons professionnels. Luxe Pack (Monaco, Shanghai & New York), rencontres mondiales du luxe et de la création packaging ; le Forum International de la Plasturgie, seul salon dédié à la plasturgie en France ; Pack & Gift, l'unique salon qui rassemble les professionnels de l'emballage et de l'objet promotionnel... Autant d'événements pour lesquels bigbang assure **la conception et la réalisation des outils de communication** : affiches, programmes, invitations, annonces presse et sites Internet...



Cristel, l'innovation sur toute la ligne.

Depuis sa création, Cristel, inventeur du concept amovible « Cuisson Service », connaît un développement exceptionnel, fruit d'une stratégie entièrement vouée à la satisfaction de la clientèle et à l'innovation. Le succès de Cristel a largement traversé nos frontières. Le mariage parfaitement réussi entre qualité et concept, entre design et fonctionnalité, entre savoir-faire et audace, a séduit les marchés internationaux les plus exigeants. Cristel a su se hisser au rang des plus nobles références en matière d'art de la table haut de gamme, de Tokyo à Sao Paulo, de Honk Kong à Londres en passant par Taipei. Consécration, labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant en 2009, Cristel se distingue pour son savoir faire « rare et exceptionnel, notoire et indiscutable » au service du « made in France ». bigbang travaille l'image de Cristel et de **l'ensemble de la communication** depuis plusieurs années maintenant.



— www.f-i-p.com —



— www.degre7.com —



Degré 7 explore de nouveaux territoires

Comme chaque année, bigbang réalise la campagne de communication des marques Degré 7 et Duvillard de la société Avance Diffusion. Une campagne qui, en 2011, glisse sur le numérique et se raconte à plusieurs.



Le concept publicitaire de degré 7 de cette année est axé sur les spécificités techniques des produits avec un environnement graphique fort et une baseline explicite « vêtement de l'extrême ». Le concept est décliné sur différents supports : affiches, annonces presse, bannières web, arrière de bus, kakémonos, vitrine de magasin... Mais aussi refonte graphique du site internet et création du site mobile. Même la campagne presse est associée à la technologie Flashcode.

Le dire avec des couleurs bigbang, en partenariat avec Bluebretzel (agence parisienne conseil en marketing par la couleur) accompagne Avance Diffusion dans le lancement de sa nouvelle collection, life style : Degré 7 Colors. Réalisation des Publicités sur le Lieu Vente de la collection été 2011 : kakémonos, présentoirs et mini-book, chevalets...

Enfin et toujours en partenariat avec Bluebretzel, bigbang vient de terminer le workbook 2011/2012 des trois collections ; plus de 190 pages dédiés aux nouveaux produits avec l'intégration de reportages photos réalisés par l'agence parisienne en Russie avec les riders de la marque.



Polieco L'antenne française du groupe Polieco, leader en Europe dans la fabrication et la vente de tubes annelés double paroi en polyéthylène haute densité a confié à bigbang sa **communication environnementale** auprès des collectivités locales.



Gaz Électricité de Grenoble

GEG est une entreprise originale : elle produit, fournit et distribue le gaz et l'électricité sur le territoire de Grenoble. En tant que société d'économie mixte locale, elle bénéficie d'un actionariat varié tout en défendant les valeurs du service public. bigbang va illuminer la filière « Force Hydroélectrique » avec la création d'une **identité visuelle** et de différents supports de communication.



Trajectoires Le cabinet d'études lyonnais Trajectoires Reflex intervient depuis 25 ans dans divers champs de l'action publique, de la gestion et du développement des territoires. bigbang a créé sa nouvelle **identité visuelle**, son **site internet** et vient de finaliser son **intranet**.



— www.trajectoires-reflex.org —



Saint-Gobain

Leader mondial de l'habitat avec des solutions innovantes dans la conception et la distribution de matériaux de construction, Saint-Gobain confie à l'agence depuis 5 ans, la **production exécutive** d'une partie de ses films.



Oxexo Après avoir trouvé le **nom de ce groupe**, bigbang a réalisé la charte graphique et un site internet attractif et vendeur au constructeur de maison individuel, Oxexo.

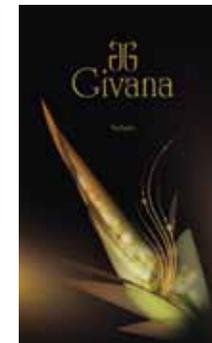
— www.maisonsoxexo.com —

À vous la parole

Jean-Christophe Delbende, consultant formateur en technique d'expression orale s'offre les services de l'agence pour son entreprise A vous la parole. Elle n'avait encore aucune présence sur la toile, aucune identité graphique. C'est désormais chose faite : avec un **site internet dynamique** mettant en scène le formateur.



— www.a-vous-la-parole.fr —



Givana La marque Givana vient trouver sa place sur le marché de la haute parfumerie parisienne. Mariage subtil des charmes du monde oriental à ceux de l'occident. bigbang accompagne le lancement de la marque en signant la **charte graphique** et un **site de vente en ligne** qui adopte les codes du luxe et parvient à allier force et élégance.



Pelleo Cet industriel majeur des énergies renouvelables qui propose des granulés de qualité supérieure avait besoin d'un nouveau **positionnement de marque**. bigbang a travaillé sur l'identité visuelle et sa déclinaison print et web.

— www.pelleo.eu —



Wimove Filiale de la société Manton, est spécialisée dans la motorisation pour l'habitat. Comme rien ne se fait automatiquement, bigbang a réalisé le packaging du produit ainsi que les **films** « mode d'emploi » du produit.

bigbang s'engage aux côtés du cinéaste Luc Jacquet

Les forêts primaires des tropiques, c'est-à-dire non modifiées par l'homme, restent méconnues. Et dans une dizaine d'années, il n'en existera plus aucune. Deux hommes portent le projet ambitieux d'un film qui racontera aux générations futures ce qu'étaient ces forêts. Avec le regard de Luc Jacquet, cinéaste oscarisé pour *La Marche de l'Empereur*, et la parole du botaniste Francis Hallé, le film porte en lui les germes d'un grand film testimonial.

Une telle œuvre n'a jamais été réalisée, et bientôt elle ne pourra plus l'être. Or ces forêts demeurent nos plus précieux témoins de l'origine de la puissance de la vie : la biodiversité des espèces qu'elles abritent et leurs richesses botaniques et zoologiques difficilement imaginables se traduisent par des spectacles vivants hors du commun.

Afin de dévoiler ces espaces encore inexplorés, Luc Jacquet par l'intermédiaire de son association Wild-Touch et Francis Hallé sont partis en forêt guyanaise pour tourner un prologue, avant-gout du grand film qu'ils souhaitent réaliser ensemble.

Francis Hallé, qui souhaitait depuis près de vingt ans, réaliser un film sur ces forêts a trouvé enfin la bonne personne pour porter ce projet d'envergure. Grâce à sa notoriété, Luc Jacquet soutient avec ferveur la cause pour recueillir la parole de l'expert de la condition tropicale.

« Je suis ravi de l'engagement et des propositions de bigbang. Les gens se sont investis. Il y a eu une véritable écoute. Les retours sont excellents. »

Luc Jacquet

Ainsi la tonalité du film rendra compte de la grandeur de la forêt dans son ensemble, de sa force et de sa sereine beauté. Le film n'insistera pas sur la déforestation, mais sur l'intérêt de ce que nous sommes tous en train de perdre. Dans ce berceau de la diversité biologique terrestre, Luc Jacquet et Francis Hallé entreprennent de faire descendre la forêt primaire de son piédestal scientifique, pour établir un lien entre l'homme et la nature.

Jusqu'à présent, les efforts consentis pour la connaissance de ces forêts n'ont fait appel qu'à des ressources et des moyens techniques très modestes. Aujourd'hui la recherche de partenaires et de mécènes mobilise toute l'énergie des deux hommes. Ils multiplient les initiatives et les interviews dans la presse nationale.

Avec ce film, les enjeux sont multiples. La forêt primaire n'est pas seulement le témoin d'une surenchère de créativité, elle est un piège à carbone et participe à la lutte contre le réchauffement climatique. Protéger cette forêt, c'est en fait protéger un moteur essentiel pour la continuité de la vie en général. Une richesse inestimable pour l'homme.



Luc Jacquet raconte comment après avoir reçu son Oscar pour *La Marche de l'Empereur*, il a eu envie de mettre à profit sa notoriété.

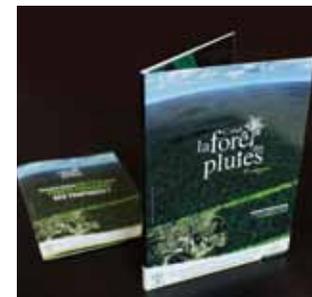
Wild-Touch a besoin de partenaires pour pouvoir réaliser ses projets. Si vous souhaitez soutenir un de ses projets, créer un lien privilégié et devenir partenaire, contactez l'association : www.wild-touch.org.



Le ballon dirigeable appelé Radeau des Cimes, permettra à l'équipe de tournage d'accéder à la canopée pour saisir la vie foisonnante de ces grands arbres millénaires.



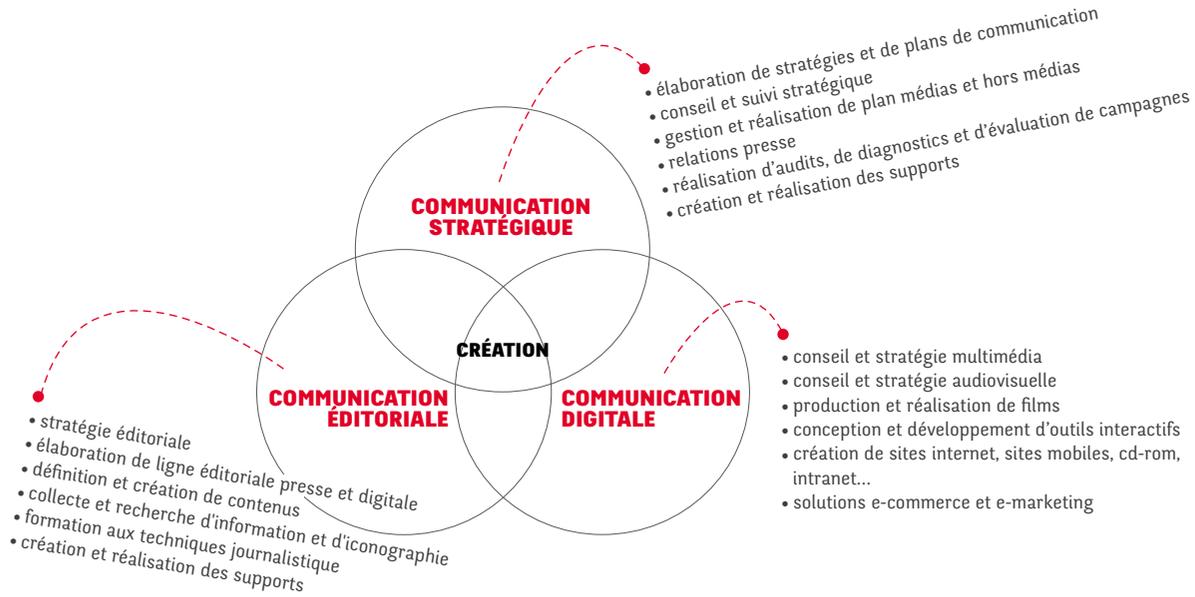
Luc Jacquet, Francis Hallé et François Royet ont tourné un prologue pour sensibiliser les mécènes.



Luc Jacquet entouré par une partie de l'équipe bigbang

trois Il était une fois bigbang

Nouveaux talents, nouvelles compétences, la politique de croissance de l'agence est en bon état de marche !



La qualité, une démarche bien ancrée

bigbang a réussi l'audit de renouvellement de sa certification ISO 9001 jusqu'en 2014. Cet engagement en faveur de la qualité démontre bien la volonté constante des équipes de satisfaire la clientèle de l'agence.

Depuis 2002 bigbang s'est engagée dans une démarche originale de gestion de projet basée principalement sur une dématérialisation et une traçabilité des échanges. Après une année de formation de l'ensemble de l'équipe, bigbang a obtenu la certification ISO 9001-V2000 le 28 avril 2008 pour l'ensemble de ses prestations. Le 18 mars 2011, un nouvel audit de la société LRQA renouvelle la certification jusqu'en 2014.

Le système de management de la qualité est l'outil idéal pour faire évoluer cette organisation.

L'évolution rapide des métiers de la communication impose de repenser régulièrement la politique de développement et de repositionner l'offre commerciale qui s'enrichit de nouvelles compétences et se place sur de nouveaux territoires. bigbang revoit donc régulièrement ses méthodes de travail pour les adapter aux nouvelles réalités.

La recherche de l'amélioration des procédures de création et de management au quotidien n'est pas un vain mot, en témoigne l'implication des salariés audités durant trois jours... Le système de management de la qualité est l'outil idéal pour faire évoluer cette organisation, la tester, la mesurer et la perfectionner au fil des jours. Il porte en lui la souplesse nécessaire aux évolutions qui ne manqueront pas de bouleverser l'organisation de l'agence dans les années à venir.



