

...journalog

bigbang/communication/

Aéroports de Lyon
l'agence signe le nouveau territoire d'image
des aéroports de Lyon

clic
& **GO**



L'AGENCE RECENTRE
SON ACTIVITÉ SUR **LES**
TERRITOIRES D'IMAGE ET
LES STRATÉGIES DE MARQUE

AVEC **SEVAX INTERIORS**,
SAINT-GOBAIN CRÉE UNE
NOUVELLE MARQUE ET NOUS
OUVRE DE NOUVELLES PORTES

AGENCE DE L'EAU, JOTUL,
AGGLO D'ANNECY, CG 70, **LES**
STRATÉGIES ÉDITORIALES
DANS LES GÈNES DE L'AGENCE

...communication/ stratégique/digitale/éditoriale/

...journalog/

...l'agence

1990

année de naissance
de l'agence

sommaire //

P3 . l'agence
les domaines d'expertise /

P4 . focus 1
les aéroports de Lyon /

P6 . focus 2
Saint-Gobain Sevax /

P8 . book/news
Jotul /

P9 . book/news
Aperia iard /

P10 . book/news
la citadelle de Besançon /

P11 . book/news
l'agence de l'eau /

P12 . book/news
réalisations diverses /

P14 . expertise
les stratégies editoriales /

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.

ÉDITO

De belles conquêtes

Le changement de cap commercial de l'agence, officialisé par le changement de direction et la stratégie de rééquilibrage entre clientèle publique et privée, porte ses fruits. De belles marques, comme Aéroports de Lyon, la compagnie d'assurances Aperia iard, Saint-Gobain Sevax, rentrent à l'agence pour un repositionnement complet de leur territoire de communication. De belles victoires pour bigbang après d'âpres compétitions.

La nouvelle équipe en charge du développement de notre agence de Besançon a repris la Citadelle de Besançon, inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO, pour en assurer l'ensemble de la communication (campagnes publicitaires et outils promotionnels). Elle a également remporté la campagne du conseil régional de Franche-Comté pour la valorisation des métiers de l'industrie, conçu la communication du « projet éducatif global » de la ville de Belfort et poursuivi les campagnes transmédia du tramway du Grand Besançon. Autant de projets qui couvrent nos différents pôles d'expertise et montrent le dynamisme de l'agence. Conquérir de nouveaux marchés est un beau challenge, mais, que serait bigbang sans ses clients historiques ? Nous avons donc fait le choix de nous rapprocher encore plus de notre clientèle, d'être encore plus disponibles en réduisant de façon drastique le nombre de compétitions auxquelles nous participons.

Une équipe ultra-motivée pour ses clients... et pour la conquête !

Patrick Faivre

DERNIÈRE MINUTE

ville de besançon

2006 : création par l'agence de la marque d'eau municipale « la Bisontine »
2013 : modernisation de l'identité visuelle de la Bisontine et création d'une nouvelle campagne de communication

france miel

création de l'univers marketing et des outils de communication de la nouvelle marque « **Miel et Miels** », au positionnement très haut de gamme, destinée aux épiceries fines et de la nouvelle marque « **DIS L'ABEILLE !** » destinée aux grandes et moyennes surfaces

région rhône-alpes

réalisation des documents d'édition

fromagerie de montbéliard

territoire d'image et lancement des produits de la coopérative : fromages, lait, yaourts, beurre, crème...



bigbang partenaire de WILD-TOUCH

découvrez la bande annonce du film IL ÉTAIT UNE FORÊT de Luc JACQUET, une production BONNE PIOCHE et WILD-TOUCH, film distribué par DYSNEY

Les domaines d'expertise de l'agence

Structurés autour du studio de création de l'agence, nos trois pôles d'expertise créent et développent les territoires d'image et territoires de marque de nos clients.

Pour apporter à notre clientèle une réponse complète à son besoin d'image, bigbang intègre les compétences digitales et éditoriales indispensables à la mise en œuvre des stratégies de marque créées par l'agence.

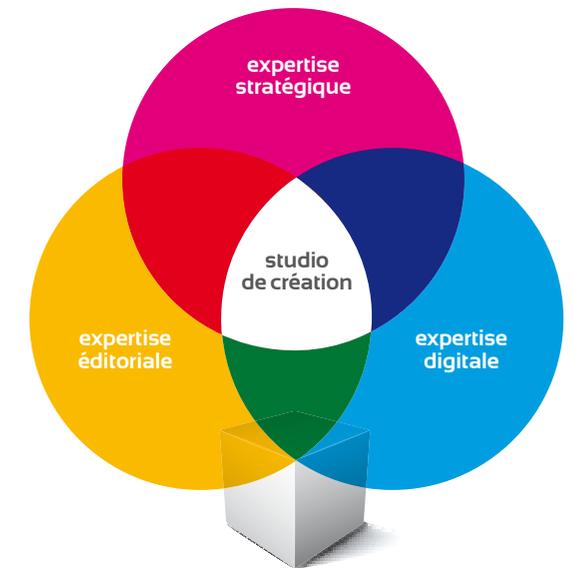
LA STRATÉGIE DE MARQUE

Recentrée sur cette activité, l'agence remporte aujourd'hui des compétitions spécifiques et travaille sur le nouveau territoire de communication de grandes entreprises ou de grandes marques comme les Aéroports de Lyon, la compagnie d'assurances Aperia iard, Saint-Gobain Sevax. Cette expertise s'étend à la communication publique avec des campagnes pour la Ville de Belfort, la Ville de Besançon, la Citadelle de Besançon, la Région Franche-Comté, le Conseil général de l'Isère...

Ces stratégies de marque se traduisent par des campagnes publicitaires que l'agence orchestre tant pour la création des outils dédiés (pub, éditions, web, applications mobiles, audiovisuel...) que pour les stratégies média.

LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

Passionnés d'informations, lecteurs assidus de journaux et de magazines, à l'affût de chaque nouvelle parution, nous travaillons régulièrement sur de nouveaux projets éditoriaux. Notre savoir-faire en ce domaine a été récompensé par le grand prix de la presse territoriale en 2010 pour le magazine de la ville de Chalon-sur-Saône et nous avons été de nouveau nominés en 2012 pour le magazine de la communauté d'agglomération de Lorient. Notre expertise en ce domaine s'étend aux marques avec le magazine BtoB « JØTUL NEWS » pour la célèbre marque norvégienne. Dernier né, le magazine « SAUVONS L'EAU » pour l'Agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse et, en cours de conception, le blog d'information « SAUVONS L'EAU ».



LA STRATÉGIE DIGITALE ET AUDIOVISUELLE

La communication digitale se développe de façon exponentielle et nécessite chaque jour des expertises nouvelles dans de nouveaux domaines. Si l'agence possède un pôle digital, celui-ci se développe aujourd'hui au contact de sociétés spécialisées apportant leurs compétences complémentaires à bigbang. Activité originelle de l'agence, l'audiovisuel reste une valeur forte de bigbang. De grands groupes comme Air France, Bouygues, Dassault Aviation, Saint-Gobain, Sanofi groupe, Vîparis... nous font confiance depuis de nombreuses années (20 ans pour Air France...). Pour répondre aux demandes de nos clients, nous avons tissé au fil du temps un très important réseau de compétences de plus de 1500 professionnels et assurons chaque année plus de 600 productions exécutives.



AÉROPORTS DE LYON

33 visuels pour décoller...

Le challenge : définir un **nouveau territoire d'expression publicitaire** cohérent dans son ensemble, quels que soient la cible et le produit.

Ce ne sont pas moins de 30 visuels destinés aux voyageurs (destinations, parkings, services...), aux compagnies aériennes, aux professionnels du fret, aux professionnels de l'aviation d'affaires, aux entreprises et voyageurs d'affaires... qui ont été imaginés par le studio de création de bigbang. Des **campagnes publicitaires** incitatives, colorées, vives, parfois décalées qui affichent systématiquement les atouts commerciaux de chacune des thématiques. Les visuels sont accompagnés d'un slogan qui claque comme une injonction **CLIC & GO**, slogan qui se décline selon les cibles et les situations.

Ce territoire de communication a été conçu avec l'aide d'un échantillon représentatif des passagers de Lyon-Saint-Exupéry. Cette démarche de co-création s'est orchestrée en deux temps : un **focus group** pour tester le concept de communication en avril dernier puis un **test clients** pour s'assurer de la bonne compréhension de la promesse en juin 2013. Les participants à cette étude ont particulièrement apprécié : les couleurs interpellantes, le ton dynamique et décalé, la mise en scène qui humanise l'aéroport, la bonne lisibilité de l'information ainsi que l'anglicisme des accroches qui rappelle la dimension internationale.



campagne « destinations lointaines »



campagne « destinations petits prix »



campagne « destinations régionales »



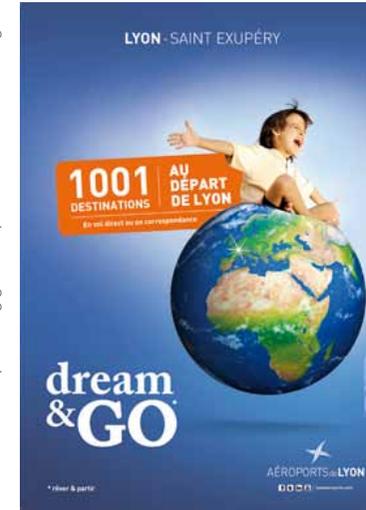
campagne « commerces »



campagne « centre d'affaires »



campagne parking week-end



campagne « destination générique »

Après Paris Charles-de-Gaulle, Paris Orly et Nice Côte d'Azur, Lyon Saint-Exupéry est, avec plus de 8 000 000 de passagers, la quatrième plateforme aéroportuaire de France en fréquentation.



Les campagnes étant en cours de réalisation, les informations commerciales indiquées sur les visuels sont non contractuelles et ne peuvent engager ni la responsabilité des ADL ni celle de l'agence

SAINT-GOBAIN SEVAX

bigbang ouvre de nouvelles portes chez Saint-Gobain

Client de l'agence depuis plus de 7 ans pour la production audiovisuelle exécutive, Saint-Gobain nous ouvre de nouvelles portes par l'intermédiaire de sa filiale Saint-Gobain Seva.

La marque SEVAX conçoit, fabrique et distribue des dispositifs mécaniques pour l'équipement de la porte d'intérieur. L'agence s'est vu confier la **création d'une nouvelle marque** entièrement dédiée à l'habitat évolutif « SEVAX INTERIORS ». Avec cette nouvelle gamme Saint-Gobain souhaite devenir le fournisseur incontournable en France des solutions esthétiques, gains de place et accessibilité. bigbang a défini le **positionnement marketing** et le **territoire de communication** de cette nouvelle marque avant de créer les outils de communication print et web.



Les moyens

- Définition du positionnement
- Création du nom de la marque
- Création de l'identité visuelle
- Création et développement du site internet produits
- Création des supports print
- Réalisation de modélisations produits
- Créations de décors intérieurs



JØTUL

bigbang souffle les 160 bûches de Jøtul

Depuis quelques années maintenant, bigbang accompagne Jøtul (leader mondial du poêle et du foyer en fonte) et conçoit toutes les **campagnes promotionnelles et publicitaires** des marques Jøtul (Norvège) et Scan (Danemark) sur le marché France.

Cette année, c'est la marque Jøtul qui est mise à l'honneur car elle fête ses 160 ans. L'occasion de raviver les flammes des traditions et de l'artisanat que la marque place au cœur de ses valeurs. L'agence réalise tous les supports et actions de communication en clamant haut et fort un slogan de circonstance : **160 ans et toujours le feu !**



Scan, la petite sœur danoise de Jøtul aux produits plus contemporains et design part aussi en campagne pour l'automne avec un slogan qui lui confère un enthousiasme tout aussi chaud : **tendance chaleur !**



la campagne radio

Les moyens

- Définition du concept de communication promotionnelle
- Affichage (tous formats)
- Radio
- Création de PLV pour les magasins
- Dossier de Presse (stratégie RP assurée par notre partenaire aiRPur)
- Magazine B2B



AXERIA IARD

un nouveau territoire d'image

Compagnie d'assurances française spécialisée dans l'assurance dommages depuis plus de 20 ans, Axeria iard a souhaité changer son image.



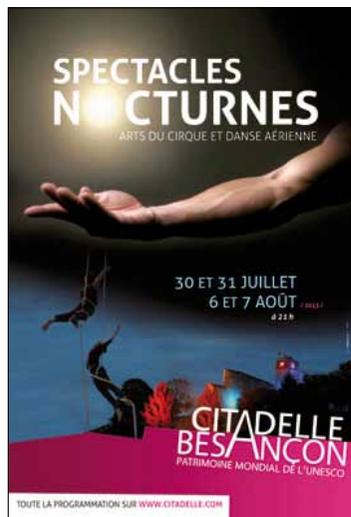
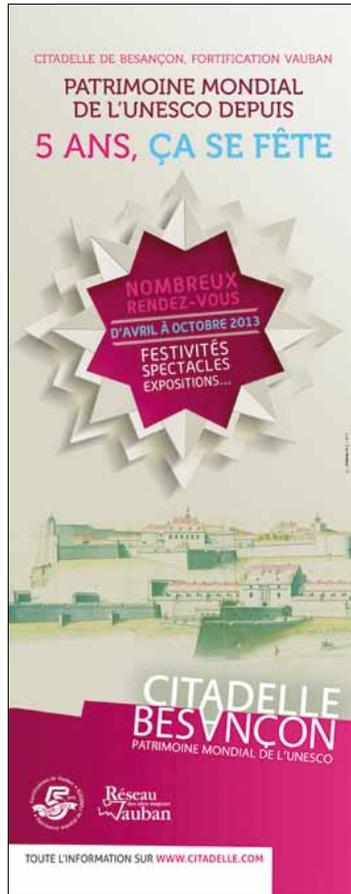
bigbang a imaginé le **nouveau territoire d'image** d'Axeria iard sur l'ensemble des éditions, brochures commerciales, documents conditions générales des contrats... Le pôle digital de l'agence a décliné la charte et développé le nouveau site internet de la compagnie. Axeria iard est une société du groupe April dédiée au réseau de courtage.



Les entreprises

Les professionnels

Les immeubles



CITADELLE DE BESANÇON

à l'assaut de la Citadelle !

Définition et mise en œuvre de la stratégie, du concept, des actions et des outils de communication globale du 1^{er} site touristique de Franche-Comté.

L'agence travaille sur le dispositif de **communication globale** de la Citadelle de Besançon, rythmé en 2013 par la célébration du cinquième anniversaire de l'inscription des fortifications Vauban de la Ville de Besançon sur la liste du Patrimoine Mondial de l'Unesco.



Les moyens

- Conseil stratégique et stratégie créative
- Gestion des campagnes et mise en œuvre de la stratégie transmédia
- Définition et gestion des plans médias print / web / radio en presse locale et nationale
- Définition et gestion des campagnes d'affichage tous format
- Définition et mise en œuvre de la stratégie de marketing direct (cart'com / bus image / flyers / dépliants / pavoisement)
- Mise en œuvre du plan de communication pour la célébration du 5^e anniversaire de l'inscription Unesco de la Citadelle
- Mise en œuvre de la stratégie de communication envers les publics cibles : touristes de passage et de séjour / habitants des zones isochrones / cible nationale et internationale

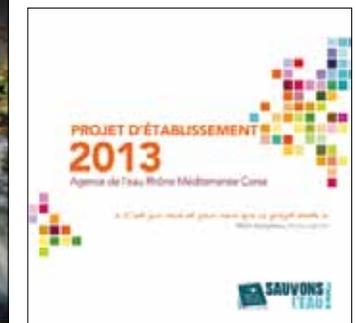
AGENCE DE L'EAU RHÔNE MÉDITERRANÉE CORSE

l'eau, une richesse à préserver

L'Agence de l'eau est un établissement public de l'État, sous la tutelle du Ministère en charge du développement durable. Elle a pour missions de contribuer à améliorer la gestion de l'eau, de lutter contre sa pollution et de protéger les milieux aquatiques.

Après avoir créé en 2009 la charte du schéma directeur d'aménagement et de gestion des eaux (SDAGE), bigbang conçoit et réalise depuis les outils de communication de l'Agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse dans le cadre de nouveaux marchés publics : magazine, rapports d'activités, fiches techniques, annonces presses, bannières web...

L'ensemble de la communication de l'agence de l'eau se décline autour d'une injonction forte : SAUVONS L'EAU !



Idice, la communication de 5 salons

Basée dans l'Ain, à Oyonnax, Idice est un organisateur de salons professionnels.

Pack & gift, Forum Plasturgie Composites, IRC, fip solution plastique, autant d'événements pour lesquels bigbang assure la conception et la réalisation des outils de communication : visuels des événements, affiches, programmes, invitations, annonces presse et sites Internet.



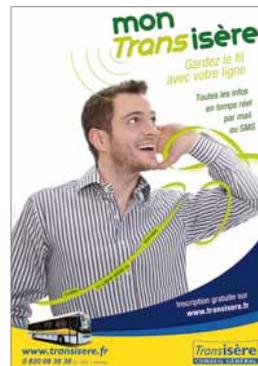
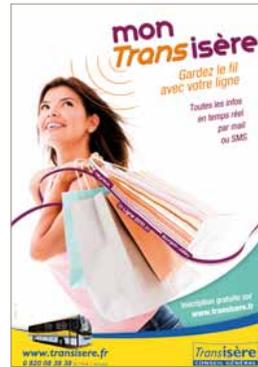
Nouveau

Idice lance un nouveau salon, **3D Print**, exclusivement dédié à la fabrication additive.



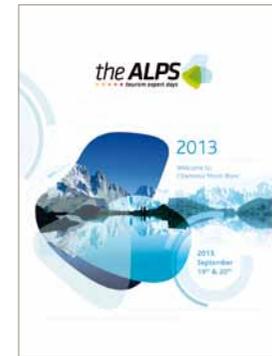
Conseil général de l'Isère

bigbang travaille à la création de concepts et de documents pour la direction de la communication ainsi qu'à la stratégie et les campagnes du réseau Transisère.



Rhône-Alpes Tourisme

Rhône-Alpes Tourisme organise chaque année un salon professionnel international récompensant les projets touristiques extraordinaires et innovants. bigbang réalise le visuel de l'événement et le livret d'accueil remis à tous les participants.



Grand Lyon

Réalisation du rapport annuel du Conseil de développement.



Ville de Saint-Étienne

Réalisation du guide enfance destiné à accompagner les parents dans leurs démarches.



Degré 7, le territoire d'images des 3 marques

L'agence travaille sur l'image des 3 marques de son client historique Degré 7.

bigbang assure depuis des années la conception et la réalisation des outils de communication (PLV, annonces presse, site web...) des marques de vêtements Degré 7 (le ski, le sport, la technique), Degré 7 colors (le voyage, la couleur, le confort) et D7 Duvallard (le ski chic et élégant).



Ville de Montluel

Particulièrement attachée à la politique éducative, la ville de Montluel, dans l'Ain, a confié à bigbang la tâche de faciliter la compréhension de la réforme scolaire par les parents.



JB tecnic

Installé depuis 50 ans dans le Jura, le groupe JBT, spécialiste de la plasturgie, innove dans les domaines de la santé et de l'industrie. bigbang assure l'image du groupe sur les supports papier et sur le web.



Variapower

Variapower est une start-up créée par 3 jeunes ingénieurs, inventeurs d'un variateur de vitesse dépassant les 98 % de rendement.



les stratégies éditoriales

Créée à l'origine par des journalistes, bigbang porte dans ses gènes la passion de l'information.

Recentrée sur les stratégies d'image et les stratégies de marque, bigbang veut conserver et développer ce savoir-faire si particulier qu'est le travail de l'information.

Agence en communication et **agence éditoriale**, voilà un grand écart pas si simple à réaliser, les cultures sont différentes, les modes d'expression aussi. Si la communication nécessite une stratégie planifiée et du temps, le traitement de l'information doit être, lui, éditorialisé et réactif.

Pour être réactive, la stratégie éditoriale doit se penser multicanal, internet (sites d'information, blogs...), édition (magazine, lettres...),

audiovisuel (prise de parole, web TV, intranet d'information...), applications mobiles...

Les habitudes de lecture changent. La lecture zapping, initiée à l'origine par la presse gratuite et développée par l'information en ligne, nous oblige à repenser les lignes éditoriales de bon nombre de supports et de réimaginer de nouvelles maquettes en adéquation avec les nouveaux comportements du lectorat.

Organisée pour définir des stratégies éditoriales, pour créer des outils d'information performants, bigbang a su convaincre des sociétés et des collectivités de son **expertise éditoriale multicanal**.

AGENCE DE L'EAU RHÔNE MÉDITERRANÉE CORSE

magazine « SAUVONS L'EAU »

bigbang s'est vu confier la ligne éditoriale, la conception et la réalisation du nouveau magazine de l'Agence de l'eau « Sauvons l'eau ».

bigbang a proposé **une ligne éditoriale** reprenant les codes de la presse gratuite : textes courts, information dense, codes graphiques variés et variété du traitement de l'information. Dans la continuité de ce nouveau magazine, bigbang accompagne également l'Agence de l'eau dans la réalisation de son **blog d'information**.



Les moyens

- Définition de la ligne éditoriale
- Rubriquage
- Création de la maquette originale
- Réalisation des numéros



JØTUL

magazine « JØTUL NEWS »

- Définition de la ligne éditoriale
- Rubriquage
- Création de la maquette originale
- Réalisation des numéros



AGGLOMÉRATION D'ANNECY

magazine « L'AGGLO & VOUS »

- Définition de la ligne éditoriale
- Rubriquage
- Création de la maquette originale
- Réalisation des numéros

AGGLOMÉRATION DE LORIENT

magazine « LES NOUVELLES »

- Définition de la ligne éditoriale
- Rubriquage
- Création de la maquette originale
- Nominé aux prix de la presse territoriale



CDT DU DOUBS

magazine « DOUBS MAG »

- Définition de la ligne éditoriale
- Titre du magazine
- Rubriquage
- Création de la maquette originale
- Réalisation des numéros



CG DE LA HAUTE-SAÔNE

magazine « HAUTE-SAÔNE »
magazine interne « @ VOUS »

- Définition de la ligne éditoriale
- Rubriquage
- Création des maquettes originales
- Réalisation des numéros



VILLE DE CHALON-SUR-SAÔNE

magazine « C' »

- Définition de la ligne éditoriale
- Titre du magazine
- Rubriquage
- Création de la maquette originale
- Grand prix de la presse territoriale

「
...bigbang/
communication/
」

besançon/lyon/grenoble/bucarest

besançon/ 2 chemin de l'aiguillette - 25000
tél. +33(0)3 81 41 18 78 - fax +33(0)3 81 41 35 10
contact : **norredine dahes**
portable : 06 44 28 02 67
mail : norredine@bigbang.fr

lyon/ 119 rue servient - 69003
tél. +33(0)4 37 43 10 91 - fax +33(0)4 72 44 05 51
contact : **patrick faivre**
portable : 06 07 19 88 07
mail : patrick@bigbang.fr

grenoble/ 21, mail pierre mendès france - 38120 saint-égrève
tél. +33(0)9 79 32 48 38 - fax +33(0)4 72 44 05 51
contact : **sophie grappe**
mail : sophie@bigbang.fr

