

# ...journalog

bigbang/communication/

## Entre la glace et le ciel

En Antarctique sur le tournage  
du prochain film du cinéaste Luc Jacquet

CAMPAGNES ET STRATÉGIES  
DE COMMUNICATION SUR  
**LE TRI ET LA RÉDUCTION  
DES DÉCHETS**

**RÉCHAUFFEMENT  
CLIMATIQUE, ÉNERGIE,**  
DE GRANDS ENJEUX  
POUR L'HUMANITÉ

UNE BELLE AMBITION  
MUNICIPALE, LA BISONTINE,  
**L'EAU PAR LA VILLE  
DE BESANÇON**

# ...communication/ environnementale/

...journalog/

## sommaire://

P3 . l'agence  
un engagement  
toujours plus grand /

P4 . focus #1  
des campagnes pour les  
collectivités /

P8 . book/news  
book de campagnes /

P9 . focus #2  
la bisontine, l'eau par la ville  
de Besançon /

P10 . focus #3  
et depuis peu  
pour des entreprises /

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

P14 . groupe  
bigbang c'est aussi.../

P15 . organisation  
qualité et diversité /

P16 . contacts

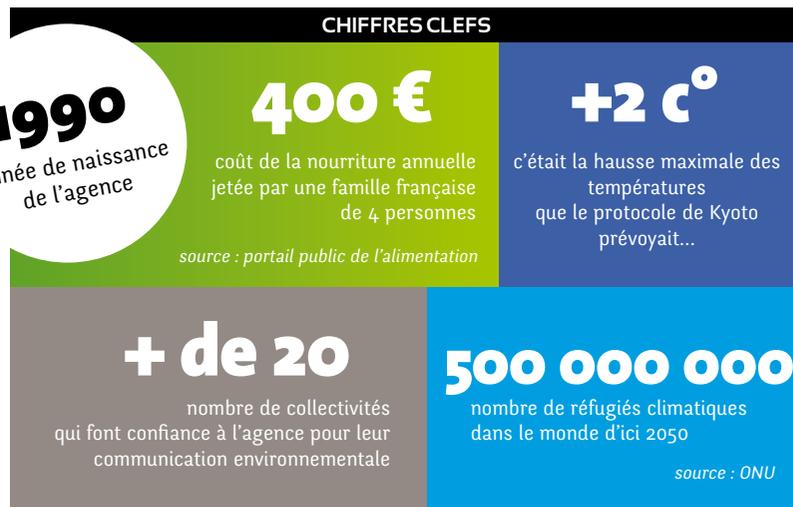
Le Journalog' est une publication périodique de l'agence bigbang communication. **Directeur de publication:** Patrick Faivre. **Adresses:** bigbang lyon, 119, rue Servient - 69003 Lyon - bigbang besançon, 2, chemin de l'Aiguillette - 25000 Besançon - bigbang grenoble, 21 mail, Pierre Mendès France - 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

### Le devoir de mutation

L'environnement est le grand enjeu des années à venir, la communication environnementale devient essentielle pour les institutions et les industriels qui doivent s'appuyer sur des partenaires experts. Pour que notre expertise soit complète, pour que nos services soient à la hauteur des enjeux, nous devons suivre l'évolution des stratégies web 2.0 par la prise en compte des notions de groupes d'appartenance, de groupes d'influence, de réseaux sociaux, de réputation... Ces évolutions nous obligent à revoir notre organisation et à offrir de nouvelles compétences. C'est dans cet esprit que **bigbang** se rapproche de confrères dont les spécialités sont complémentaires de celles de l'agence, e-marketing, e-réputation... mais aussi relations presse.

Pour donner un avenir à notre agence **bigbang** recentre ses forces et ses compétences dans le domaine qui lui est le plus cher : la communication environnementale et organise ses propres mutations, parce que la communication de demain ne sera pas celle d'aujourd'hui.



## DERNIÈRE MINUTE...

- La **Région Ile de France** confie à l'agence la communication et la réalisation d'un film sur la thématique du plan climat.
- **Est Ensemble**, plus grande agglomération d'Île-de-France, s'attache les services

de bigbang pour concevoir et réaliser sa campagne de communication « déchets ».

- Pour le **Grand Parc Miribel Jonage**, bigbang crée le nom et l'identité visuelle de son nouveau pôle eau & nature, l'Iloz.

...l'agence

# un engagement toujours plus grand

**bigbang** et l'environnement, c'est une longue histoire qui s'inscrit dans les gènes de l'agence. Si, depuis plus de 20 ans, notre agence travaille sur des campagnes relatives à l'environnement, au tri et au recyclage des déchets, au développement durable, notre passion pour ces sujets a pris une nouvelle dimension.

## Wild-Touch

Depuis 2011, **bigbang** s'est engagée auprès du cinéaste Luc Jacquet (oscar du film documentaire pour « la marche de l'empereur ») pour assister bénévolement son équipe dans la communication de son association « Wild-Touch, un trait d'union entre l'homme et la nature ».

Cet engagement, c'est une histoire d'hommes et de femmes qui partagent les mêmes constats et les mêmes ambitions : notre planète est belle, elle recèle toutes les ressources nécessaires au bien être de chacun, elle souffre juste du cynisme de certains pour qui la valeur de l'argent est plus importante que celle de l'homme et son environnement.

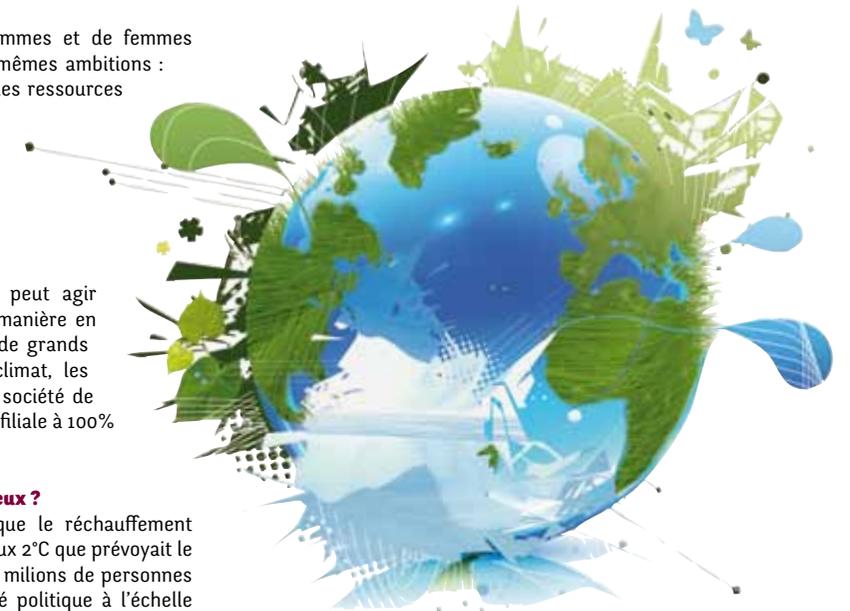
## Aster production

Nous pensons que chacun, à sa place, peut agir pour changer et nous le faisons à notre manière en soutenant la production et la réalisation de grands films et de projets crossmédia sur le climat, les forêts tropicales primaires... avec ASTER, société de production de films télévisés et de cinéma, filiale à 100% du groupe **bigbang**.

## Avons-nous tous bien conscience des enjeux ?

Alors que nous savons d'ores et déjà que le réchauffement climatique sera très largement supérieur aux 2°C que prévoyait le protocole de Kyoto et que des dizaines de millions de personnes devront se déplacer, une véritable volonté politique à l'échelle planétaire est nécessaire pour limiter les risques immenses liés à ce réchauffement, pour relever les défis de la préservation et de l'accès à l'eau pour tous, pour engager une profonde transition énergétique. Mais les politiques manquent encore de courage pour engager l'humanité vers ces extraordinaires défis.

Les enjeux sont considérables, de nouvelles stratégies vont inmanquablement se mettre en place. Si les politiques ne sont pas à la hauteur de ces défis, les ONG et les citoyens devront prendre seuls le contrôle de ces bouleversements.



**Avec 23 années d'expérience,  
15 collaborateurs expérimentés,  
un important réseau de partenaires  
et d'experts reconnus, l'agence a de formidables  
atouts à faire valoir dans le domaine  
de l'environnement**

# des campagnes pour les collectivités...

## COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION BEAUNE CÔTE ET SUD

En 2008, la Communauté d'Agglomération Beaune Côte et Sud prend la compétence déchet précédemment gérée par les SIVOM du Pays Beaunois, de Nolay et de la Ville de Beaune. Elle choisit l'agence pour concevoir et réaliser l'ensemble des campagnes et des supports de communication relatifs à la collecte sélective des emballages recyclables (concepts visuels, affiches, dépliants, flyers, guides du tri, guide des déchets dangereux).



# Je trie, c'est ma nature !

Le bon geste de tri contribue à préserver notre environnement  
> Retrouvez toutes les consignes sur [www.beaunecoteetsud.com](http://www.beaunecoteetsud.com)



## EST ENSEMBLE

Plus grande agglomération d'Île-de-France regroupant pas moins de 9 villes de l'Est Parisien (Bagnole, Bobigny, Bondy, Le Pré-Saint-Gervais, Les Lilas, Montreuil, Noisy-le-Sec, Pantin et Romainville), Est Ensemble, créée le 1er janvier 2010, a pris en charge certaines compétences touchant à la vie quotidienne de ses habitants, notamment la gestion des déchets. Afin d'informer la population de ce glissement de compétence et des changements associés, **bigbang a conçu la campagne de communication « la règle du jeu » et l'ensemble des outils de communication** (Affiches, guides pratiques, communication redevance spéciale, sacs de pré-collecte, habillages de camion benne...).



Campagne «la règle du jeu»

### GRAND BESANÇON

L'agglomération du Grand Besançon a fait de sa politique de réduction des déchets une priorité, et pour l'affirmer concrètement, elle a décidé de mettre en place début 2012 la redevance incitative sur l'ensemble de son territoire, afin de responsabiliser les grands bisontins.

**L'agence, qui accompagne la ville, puis l'agglomération, depuis plus de 10 ans sur la mise en place de la collecte sélective, a conçu l'identité l'identité visuelle de la campagne « redevance incitative »** et réalisé les outils de communication nécessaires à rendre visible et compréhensible ce nouveau service (guide pratique, courrier d'accompagnement, simulateur de facture, habillage de camion bennes, sac de pré-collecte...).



La campagne sur la redevance incitative de 2012 et les premières campagnes, début des années 2000, pour la mise en place de la collecte sélective



### LILLE MÉTROPOLE

Sur une période de 4 années, la grande métropole de LILLE a confié à bigbang sa **communication globale «déchets»**. De multiples outils ont été créés : des **films** sur la construction du centre de valorisation organique (CVO) retraçant entre autre le parcours des déchets organiques de la poubelle jusqu'à leur transformation et l'utilisation du biogaz dans les bus, des **guides pédagogiques** pour les élèves et leur corrolaires pour les professeurs, des **jeux grands formats** pour la sensibilisation en milieu scolaire, des **brochures** et des **fiches techniques** sur les différents centres de valorisation, des **schémas techniques complexes** pour le centre de tri, tout un ensemble de concepts et de documents réalisés par l'agence.



Réalisation de films



Réalisation de guides et de nombreux documents pédagogiques



Réalisation d'illustrations pour le biogaz issu de l'usine de valorisation des déchets organiques

### PRÉVAL HAUT-DOUBS

Depuis 2011, le syndicat mixte d'études et de traitement des ordures ménagères du Haut Doubs déploie sur son territoire la redevance incitative.

Bigbang accompagne le syndicat mixte dans sa mise en œuvre en concevant le **positionnement**, l'**identité visuelle** et l'**ensemble des outils de communication** nécessaires à la bonne compréhension de ce nouveau service.



Réalisation d'une série de jeux en grand format pour la sensibilisation des enfants en milieu scolaire



Réalisation de schémas techniques simples en 2D et complexes en 3D



### ADEME

Campagnes et documentation énergie solaire, compostage, construction HQE...



### Communauté d'agglomération Beaune Côte et Sud

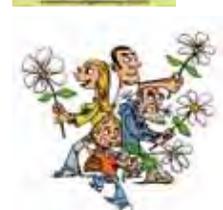
Campagnes globales déchets.



### Conseil général de la Haute-Savoie

Opération Stop Déchets, mise en place d'une communication pour la recherche de 250 foyers témoins sur la réduction des déchets à la source.

### Opération "STOP aux déchets !"



### Conseil général de l'Isère

Campagne de communication sur la réduction des déchets à la source.



la famille maxidéchets



la famille minidéchets



### Syndicat mixte de la Vallée de l'Oise

Signalétique et expositions permanentes dans le centre de tri de Villers-Saint-Paul.



### Sictom du maconnais

Campagne de communication sur tri des déchets, guides du tri, aide mémoire, signalétique, journaux d'information, calendriers de collecte...



### Sybert

Syndicat ayant la gestion de l'ensemble des déchetteries du grand Besançon et de communes avoisinantes. Charte graphique, rapports annuels, guides des déchetteries, mise en place d'une campagne de communication sur le compostage individuel...



### Valors

Campagne de communication de crise, implantation d'une usine de valorisation énergétique des déchets dans les Côtes d'Armor. Identité visuelle, campagnes de communication, relations presse, films, journaux d'information...



### Centre permanent d'initiative à l'environnement / néo éditions

La montagne jurassienne. Réalisation de 4 guides, la flore, la faune, les champignons et les oiseaux. Mise en page et illustrations naturalistes.



### CG de la Nièvre

journaux d'information déchets SYTEVOM charte graphique, signalétique PAV, campagnes de communication...

Région Ile de France parcs naturels régionaux Saint-Etienne Métropole, plan climat ...

## VILLE DE BESANÇON

# la bisontine, l'eau par la ville de besançon

Jamais collectivité n'a eu autant d'ambition pour valoriser son eau du robinet. La Ville de Besançon a lancé une grande campagne, orchestrée par bigbang, pour valoriser son eau du robinet, gérée en régie municipale, et inciter les bisontins à la consommation de cette eau plutôt qu'à celle d'eau minérale, beaucoup plus chère, engendrant des emballages plastiques devant être valorisés et nécessitant de longs transports avant d'être mis en ligne dans les linéaires des magasins.

**Création d'une marque, campagnes publicitaires, outils promotionnels... tout un panel de supports pour soutenir cette démarche originale.**



Toujours plus avec la création d'une eau gazeuse, gazéifiée et embouteillée dans des bouteilles consignées, le tout localement !

Réel plaisir pour l'agence que de donner de l'image à une initiative qui a autant de sens.



## l'eau

Conception et réalisation de 8 films sur la gestion de l'eau dans une agglomération de plus de 120 000 habitants. Ce DVD vous entraîne dans un étonnant voyage, du captage de l'eau dans les sources, les rivières ou les nappes, jusqu'à son rejet dans le Doubs après traitement.

# ...et, depuis peu, pour des entreprises

Spécialisée dans la communication environnementale pour les collectivités, bigbang met aujourd'hui cette compétence spécifique au service des entreprises. Notre engagement en faveur de l'environnement nous amène à suivre des entreprises qui souhaitent véhiculer dans leur communication institutionnelle ou leur communication produits des valeurs sincères sans arrière pensée de green washing.

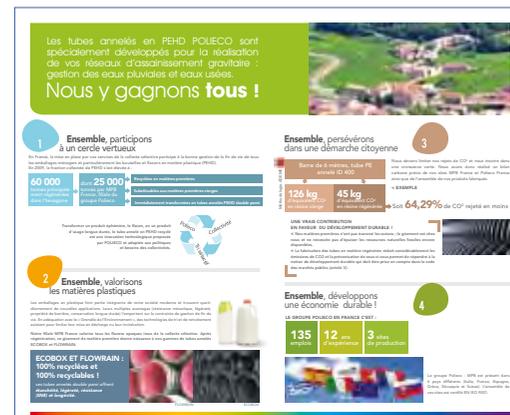


**merci\***

\* POLIECO et MPB France remercient les 20 000 élus pour leur engagement en faveur de la collecte sélective des emballages ménagers. Grâce à eux, POLIECO donne une seconde vie aux bouteilles et flacons en polyéthylène haute densité (PEHD), en recyclant ces tubes annelés en 100% matières recyclées.



## POLIECO



Acteur majeur du recyclage des PEHD en France (25 000 tonnes sur les 60 000 tonnes principalement régénérées dans l'hexagone) **POLIECO développe des gammes de tubes annelés 100% recyclés et 100% recyclables** pour les réseaux d'assainissement des eaux pluviales et des eaux usées. L'idée ? Utiliser une matière première directement disponible à proximité, sans épuiser les ressources naturelles fossiles encore disponibles. Pour le lancement de sa politique de sensibilisation des collectivités locales à la qualité «écologique» de ses produits, POLIECO a fait appel à bigbang pour **positionner la marque et orchestrer une campagne nationale.**

## PELLEO

PELLEO est un producteur de granulés de bois, **pellets de qualité supérieure** répondant aux dernières normes européennes. Issus de la valorisation des résidus de sciage, ils sont fabriqués sur un **site éco industriel de dernière génération**. La tenue du granulé est naturelle, obtenue par séchage et par un procédé de compression exclusif développé par PELLEO. Le granulé de bois est de la sciure de bois compressée sans agents de liaison. La lignine et les résines de bois en assurent la cohésion. Les granulés de bois PELLEO, de fabrication française 100% résineux, sont recommandés par les plus grandes marques de chaudières et de poêles à pellets.



Charte graphique, documentation, site internet, communication événementielle



## GAZ ELECTRICITÉ GRENOBLE



GEG est un acteur original de l'énergie qui véhicule des valeurs de service public fortes : une entreprise solidaire qui prend des engagements pour **lutter contre l'exclusion** et pour **défendre les personnes en situation de précarité**. Une entreprise qui a signée un accord sur l'**égalité professionnelle entre les hommes et les femmes**, un accord sur la **diversité**, la **cohésion sociale** et l'**égalité des chances**. GEG a choisi bigbang pour sa société Force électrique des Alpes.



logo, charte graphique, outils de communication de la société Force électrique des Alpes

# bigbang s'engage aux côtés du cinéaste Luc Jacquet

aster et wild-touch produisent  
« entre la glace et le ciel » réalisé par Luc Jacquet

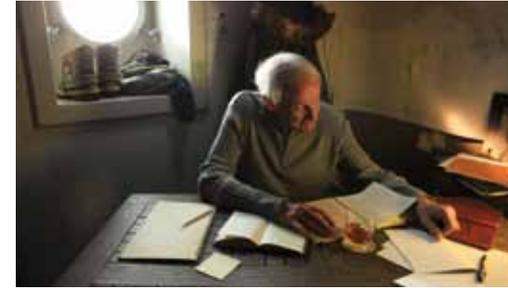


Claude Lorius et Luc Jacquet sur le bateau qui les mène en Antarctique

Octobre 1987. La revue scientifique NATURE publie un article du glaciologue français Claude Lorius sur l'histoire de notre climat. Tout commence par un heureux hasard qui l'amène à penser qu'en carottant dans les profondeurs des glaces de l'Antarctique on pourrait reconstituer l'histoire passée du climat. Plus de 20 ans d'études et une détermination sans faille vont lui permettre de remonter le temps et de nous montrer que les rejets de CO2 par l'activité humaine ont un impact important sur le climat. La notion de réchauffement climatique prend alors tout son sens.

35 ans plus tard, qu'avons nous fait, de ses incessantes alertes alors que pas un jour ne passe sans que la menace du réchauffement climatique ne fasse l'actualité ?

Lorsque Luc Jacquet rencontre Claude Lorius, l'idée d'un grand film qui retrace le destin de cet homme exemplaire, humaniste et visionnaire est née : restituer son histoire, voyager avec lui sur les 5 continents pour comprendre l'évolution de notre climat et les grands enjeux qui nous attendent.



Claude Lorius dans la cabine du bateau

## Intérieur / Jour : cabine d'un bateau.

L'écume des vagues d'une mer houleuse défile devant la vitre d'un hublot hermétiquement fermé. On distingue, au loin, une tache blanche qui semble flotter à la surface lorsque, tout proche, nous apparaît un magnifique iceberg tabulaire taillé comme un bloc d'art brut.

Un homme est assis devant une table, dos au hublot. Devant lui, un carnet fermé, un crayon, un verre de Whisky dans lequel flotte, comme un éclat de ce bloc d'art brut, un glaçon luisant.

L'homme, cheveux blancs, peau burinée par le soleil, porte le verre à ses lèvres puis le repose. Le tremblement de sa main qui s'approche du carnet posé sur la table trahit son âge. Il ouvre le carnet. On peut lire en caractère manuscrit Claude Lorius. Sur la première page, un dessin signé Paul-Emile Victor...



Tournage Antarctique, Claude Lorius, Luc Jacquet, François Royet



Tournage Antarctique

## la forêt des pluies

Des arbres capables d'attirer sur eux les nuages... des espaces vierges de toute exploitation par l'homme... Une nature sauvage, authentique, exceptionnelle recelant la plus grande biodiversité de la planète. Ces espaces millénaires qui semblaient sans fin ont, le temps d'une vie d'homme, considérablement diminué. Qu'en restera-t-il pour les générations futures ?

Le botaniste Francis Hallé a consacré l'essentiel de sa vie à l'étude des forêts tropicales primaires.

Au travers d'entretiens filmés menés par le cinéaste Luc Jacquet, Francis Hallé nous invite à un voyage initiatique dans ces forêts qui, au rythme actuel, auront totalement disparu dans 10 ans. Avons-nous conscience de ce que nous allons perdre ?

### ASTER produit « RAIN FOREST », le webdocumentaire.



Francis Hallé dans les bras du Moabi ©Jake Bryant / Wild-Touch

## wild-touch

**Percevoir la nature à travers l'image et l'émotion.** Pour parler de la préservation de la nature, Wild-Touch se tient à l'écart des discours moralisateurs et culpabilisateurs. D'ailleurs Wild-Touch ne parle pas de nature mais la montre aux hommes.

Wild-Touch affiche une ligne éditoriale assumée, fondée sur une certaine façon d'évoquer la conservation de la nature. C'est par le biais du cinéma, de l'image et de l'émotion que Wild-Touch souhaite agir pour rapprocher l'homme de la nature. Luc Jacquet, son fondateur, suit une démarche humaniste : avant d'aborder toute notion de conservation, il faut d'abord apprendre et ressentir. Pour toucher la pensée, le réalisateur passe par le sensoriel. Faire comprendre, émouvoir, émerveiller sont les maîtres mots de Wild-Touch.



# bigbang c'est aussi...

Convaincus de l'efficacité de la complémentarité de pôles spécialisés, nous mettons tout en œuvre pour renforcer nos compétences et développer de nouveaux savoir-faire.

## ...bigbang/

production/

Dans un univers saturé d'images, l'audiovisuel que nous produisons depuis plus de 20 ans pour les entreprises et les institutions s'inscrit avant tout dans une stratégie plus globale de communication. La palette de supports de mobilité offre chaque jour de nouvelles perspectives. Nous avons su anticiper ces mutations et nous adapter en réalisant des programmes audiovisuels multi-supports. Programmes web TV, captations d'événements, films corporate ou institutionnels... nous utilisons les technologies les plus variées pour produire des images porteuses de sens, d'information mais aussi d'émotion.

## ...bigbang/

digital/

Intégré depuis 12 ans dans notre univers, le « digital » apporte régulièrement de nouvelles opportunités pour communiquer. Si les technologies web sont maîtrisées, toutes les applications liées aux terminaux mobiles, toutes les stratégies digitales tournées sur les réseaux sociaux, toutes les analyses de e-réputation, les stratégies e-marketing, nous obligent à développer un réseau de partenaires hyper spécialisés nous permettant de répondre efficacement et sans à priori à toutes les demandes. Nos compétences éditoriales et audiovisuelles sont un véritable atout pour notre équipe digitale.

## ...bigbang/

éditorial/

Depuis des années, l'accès et notre niveau d'information changent considérablement. De l'information véhiculée exclusivement par des sociétés de presse nous vivons aujourd'hui sur l'information « à chaud » distillée directement par les acteurs, sans filtre, sans analyse. La forme a également profondément changée, du journal ou magazine en ligne aux journaux gratuits, la lecture se vit davantage sur un mode zapping. Passionnés d'information nous suivons avec le plus grand intérêt ces évolutions pour les comprendre et proposer à nos clients des outils d'information adaptés à leur besoin : journaux, magazines, blog, réseaux sociaux, webzines...

Kineka, agence de création graphique, accompagne depuis 2002 ses clients dans tous leurs mouvements [kiné en grec]. Au-delà d'une équipe jeune et passionnée, l'agence s'entoure de partenaires pluridisciplinaires, considérant qu'une agence seule ne peut maîtriser toutes les facettes de la communication.

Sa créativité est le résultat de la synergie de ses compétences et du plaisir de « travailler ensemble ». Cet échange de culture graphique et technique permet à Kineka de créer des outils de communication originaux en évolution avec les techniques du print et du web.



Société de production fondée en 1992, **ASTER** a produit de nombreux documentaires pour les groupes France Télévision et Canal+. Réorganisée au sein du groupe **bigbang communication** en 2011, **ASTER** appréhende aujourd'hui les projets de manière transversale pour démultiplier la force des messages et apporter de la résonance aux projets. Le contenu documentaire accumulé lors de la préparation de chaque projet est distribué en fonction des supports. **L'œuvre devient multisupports, cinématographique, télévisuelle et interactive.**

# la qualité, une démarche bien ancrée

Engagée en faveur de la qualité, bigbang renouvelle sa certification ISO 9001 jusqu'en 2014 et démontre ainsi la volonté constante des équipes à satisfaire la clientèle de l'agence.



Depuis 2002 bigbang est engagée dans une démarche originale de gestion de projet basée à l'origine sur une dématérialisation et une traçabilité des échanges.



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. La recherche de l'amélioration des procédures de création et de management au quotidien n'est pas un vain mot et bigbang revêt et adapte régulièrement ses méthodes de travail.

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.



## la différence, un atout de qualité

Génétiquement programmée pour accepter la différence et en faire un atout majeur de son développement, bigbang a tout naturellement signé la charte de la diversité.

Signer la charte, c'est manifester son engagement en faveur de la non-discrimination et de la diversité, c'est favoriser l'égalité des chances face à l'emploi et améliorer la performance de l'entreprise.

「 **...bigbang/**  
communication/ 」

besançon/lyon/grenoble/bucarest

patrick faire  
04 78 93 98 08

élise matéos  
06 78 43 72 08

besançon/ 2 chemin de l'aiguillette - 25000  
tél.+33(0)3 81 41 18 78 - fax.+33(0)3 81 41 35 10

lyon/ 119 rue servient - 69003  
tél.+33(0)4 37 43 10 91 - fax.+33(0)4 72 44 05 51

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



hello@bigbang.fr



bigbang communication est certifiée ISO 9001 pour ses activités de création et de réalisation de prestations de communication, stratégique, digitale et éditoriale

