

## DOSSIER DE CANDIDATURE 2021

---

Nom de l'entité déposante : Epiceum

agence

annonceur

établissement d'enseignement supérieur

---

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur : Epiceum pour la Mairie de Pessac

---

**NOM DE LA CAMPAGNE : OP !**

---

**CATÉGORIE : Branding / Identité de marque / Edition**

---

DATE DE CAMPAGNE : 2021

TERRITOIRE GÉOGRAPHIQUE : Ville de Pessac

# À SAVOIR



- Les 11 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.
- Aucun autre modèle ne sera accepté.
- Ce Power Point contient 14 slides (pages), vous pouvez développer vos explications en rajoutant, si nécessaire, des slides supplémentaires pour quelques rubriques. Attention, l'ensemble de votre dossier ne doit toutefois pas dépasser 20 slides.

## **VOUS SOUHAITEZ EGALEMENT PRESENTER CE DOSSIER AU PRIX COUP DE CŒUR DU PUBLIC ?\***

**Vous avez la possibilité de faire concourir UN SEUL dossier au Coup de Cœur du Public. Cochez la case suivante pour sélectionner ce dossier :**

**OUI Je souhaite présenter ce dossier au COUP DE COEUR DU PUBLIC**

# 1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

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

Avec son nouveau magazine municipal, OP! , la ville de Pessac entend donner la parole et mettre en lumière les hommes et les femmes qui font de Pessac une ville dynamique, vivante, généreuse et innovante. Le magazine, par son identité, ses rubriques et sa proximité propose une approche novatrice du journal municipal

## 2 RAPPEL DE LA DEMANDE (Besoin exprimé/motivé par l'annonceur)

- Refonte du magazine mensuel « Pessac en Direct », élément essentiel de la communication et de l'image de la Municipalité.
- Créer une nouvelle identité (nom, maquette...)
- Élaborer une nouvelle ligne éditoriale, des rubriques innovantes

### 3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- Donner au journal de Pessac une identité propre
- Placer la proximité au cœur du journal
- Valoriser et faire mieux connaître le territoire communal
- Le magazine est à destination de l'ensemble des Pessacais et tout particulièrement à destination des acteurs, sociaux, associatifs et économiques.
- Permettre à la ville de réaffirmer sa singularité et ses atouts

## 4 LA PROBLEMATIQUE

- Le nouveau magazine doit refléter l'identité propre de Pessac au sein d'une métropole et développer le sentiment et la fierté d'habiter, de travailler
- Aller au-delà du format classique d'un journal municipal
- Placer les acteurs du territoire, habitants, agents de la collectivité, élus, chefs d'entreprises... au centre dispositif éditorial

PASSER DE NOTION DE MAGAZINE DE LA VILLE À LA NOTION DE MAGAZINE DE VILLE

## 5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Nommage singulier et décalé par rapport aux habitudes du secteur
- Parti pris de la proximité, faire s'exprimer les Pessacais
- Organisation séquencée du journal
- Originalité de certaines rubriques (édito du maire, dans ma rue...)
- Organisation de la rédaction, hybride, décloisonnée et participative
- Fonder les changements sur une démarche participative (étude de lectorat, groupe qualitatif avec les acteurs socio-économiques)

## 6 LES CONCEPTS CRÉATIFS

- Un titre en rupture avec les usages de la presse territorial
- L'édito devient « regards croisés » : repenser l'édito du maire
- Les pages d'actualité, des infos à picorer : diversité des informations
- Un dossier vivant et documenté : indentifiable et hiérarchisé
- Dans ma rue : présentation d'une rue dans toutes ses dimensions (historiques, commerçantes, urbanistiques, humaines...)

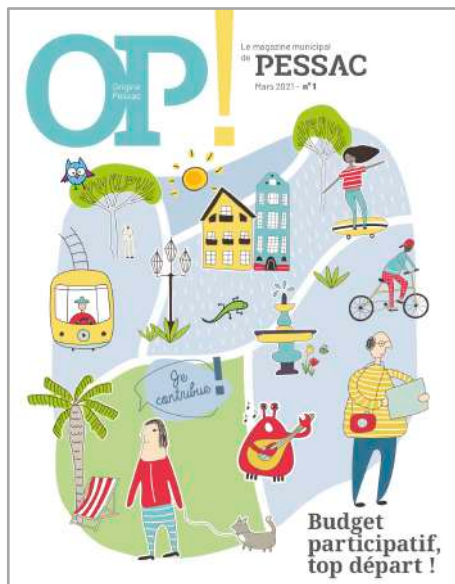


# 7 LES VISUELS

OP!

Origine  
Pessac

# 7 LES VISUELS



**En 1977, l'ONU appelle tous les États membres à instaurer, le 8 mars une « Journée internationale des femmes », quelques années plus tard, la France répondra positivement à cet appel.**

**Fil rouge de ce premier numéro de OP !, cette thématique est abordée par le Maire, Franck Raynal, dans cette nouvelle formule d'éditorial.**

**Qu'évoque pour vous le 8 mars, journée internationale des droits des femmes ?**  
 Cette date revêt une forte portée symbolique et a aujourd'hui acquis le statut de référence dans le calendrier. Cette date éminentement permet chaque année de renouveler notre engagement et notre volonté de promouvoir les droits de femmes dans notre société une par la devise républicaine : la liberté, l'égalité et la fraternité. Sans pour autant négliger les droits et l'égalité dans tous les pans de notre vie sociale, professionnelle et même familiale, sans oublier la politique communale, est un impératif quotidien que nous essayons de rendre désormais naturel pour qu'il vienne à chacun et chacune de nous.

**En tant que Maire, quels moyens pouvez-vous mettre en place pour favoriser l'égalité femmes/hommes ?**  
 Depuis que j'ai été élu Maire de Pessac, j'ai souhaité confier à une élue de la municipalité, la délégation « égalité femmes/hommes et droits des femmes ». Je crois profondément que c'est le rôle de la puissance publique d'impulser et de porter cette dernière politique et mobiliser autour de ce grand objectif social et tous les acteurs qui animent Pessac : agents communaux, élus, associations, entreprises, partenaires extérieurs et fondations...

**Pouvez-vous nous parler du rôle des femmes dans votre vie ?**  
 Je suis très attaché à ce maximum de vie privée de mes fonctions politiques avant tout pour protéger ma famille. Mais je vais bien faire une exception lorsqu'il s'agit de remercier. J'ai la chance d'avoir une épouse, une mère aimante et très attentive à mon bonheur encore aujourd'hui. Et puis, j'ai rencontré une femme remarquable, qui est devenue la mère de mes fils, qui est la gardienne de notre équilibre familial et que j'admire pour son courage et sa capacité à concilier une vie professionnelle réussie et une vie familiale accomplie. Mon épouse est pleinement ma partenaire de vie.

**« Depuis que j'ai été réélu Maire de Pessac, j'ai souhaité confier à une élue de la municipalité, la délégation égalité femmes/hommes et droits des femmes »**

Franck Raynal,  
Maire de Pessac



© Franck Raynal, Maire de Pessac

### Le mot de la rédaction

Il y a 40 ans aujourd'hui, le 8 mars, jour de notre anniversaire de naissance, nous sommes engagés sur le sujet. C'est dans la parole, et dans les hommes et les femmes, qui font de Pessac une ville dynamique, vivante, généreuse et humaine. Au fil des pages, nous découvrirons de nouvelles initiatives, qui mettent en lumière des enjeux et des parcours de vie, des vies humaines, des valeurs de fond et d'actualité. OP, c'est aussi les tribunes que nous ouvrons et proposons nos lecteurs, comme les rencontres et les échanges et l'échange des idées.

Lisez-le et écrivez-nous pour nous faire part de vos suggestions : [redaction.op@pessac.fr](mailto:redaction.op@pessac.fr)

44. Toutes les personnes citées dans cet éditorial ont été sélectionnées dans le cadre de la consultation des élus.

**SOMMAIRE**

- Retour en images (8 pages)
- Actualités (8 pages)
- Agenda (8 pages)
- Expression politique (8 pages)
- C'est nouveau (8 pages)

**Zoom**  
 La Ville de Pessac fait partie du palmarès des 20 collectivités 100% France 2021 sélectionnées par le journal Le Monde. #femmesayamadanfrance

**Actualité**  
 Franck Raynal, le Maire de Pessac, a été élu Maire de Pessac à la suite d'une nouvelle élection.

**Droits des femmes et égalité**  
 une nouvelle édition.

**Top départ pour le budget participatif !**  
 Pour sa 3<sup>e</sup> édition, le budget participatif de Pessac a été enrichi de plusieurs projets innovants. Pour cela, la Ville a organisé une conférence de participation et de concertation des citoyens de Pessac.

**Portrait**  
 Claire Poinet, Directrice de l'énergie et de la plus belle entreprise.

**Dans ma rue**  
 Trois initiatives de Pessac pour améliorer la qualité de vie de nos habitants.

MARS 2021 - N°103 - OP1

Sommaire/regards croisés



DOSSIER

## TOP DÉPART POUR LE BUDGET PARTICIPATIF !

POUR SA 3<sup>E</sup> ÉDITION, LA VILLE MUSCLE SON DISPOSITIF DE BUDGET PARTICIPATIF : CONDITIONS DE PARTICIPATION ÉLARGIES, ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS, PRÉSENCE SUR LE TERRAIN, ENVELOPPE BUDGÉTAIRE AUGMENTÉE, ÉDITION THÉMATISÉE...

« Une ville plus solidaire et plus durable »

**P**our être renouvelés et soumis au vote de public, les projets doivent répondre à une thématique : deux conditions que les projets proposent ont été dans le sillon de la solidarité, de notre ensemble ou de la transition écologique, car cela répond à une véritable envie de faire et de vivre autrement. Le budget participatif est l'occasion de réfléchir à un monde plus solidaire et plus durable », explique Caroline Bismard-Douat, adjointe au Maire déléguée à la concertation. Afin de permettre à des projets ambitieux d'être réalisés, la Ville a par ailleurs décidé d'accroître de 100 000 euros l'enveloppe budgétaire allouée et ainsi de la faire passer de 200 000 à 300 000 euros. Pour cette nouvelle édition, l'objectif premier de la Ville est d'augmenter la connaissance de ce dispositif, la participation, et de permettre à chaque Français qui a une idée d'être accompagné pour réfléchir et préparer son projet. Une démarche qui fait echo à celle menée en matière de concertation (lire PED n°112). Pour cela, Suzart

■ PARIS 2020 - N°14-0P1



Dossier

# 7 LES VISUELS



Sur-couverture numéro Op ! de mai 2021



Appel à témoignage Numéro OP ! d'octobre 2021



Article dans Brief, numéro de mai 2021

## 8 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- **Présentation aux Pessacais** : distribution du journal dans les quartiers par les élus de proximité et diffusion sur les marchés des premiers numéros. Campagne d'affichage et distribution de flyers dans les boîtes aux lettres des habitants concernés par la rubrique « Dans ma rue » pour des appels à témoignages et participation. Présentation sur les réseaux sociaux et site internet de la Ville et motion design de présentation du nouveau journal.

## 8 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- **En interne** : présentation aux agents municipaux, création d'un comité de rédaction mensuel avec l'ensemble des directions de la ville et sollicitation régulière des agents pour des propositions de sujets
- **Presse** : rédaction d'un dossier de presse



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

- La proximité en fil conducteur du journal
- Un nommage original : approche innovante pour un journal municipal , le nom de ville n'apparaît pas dans le titre du journal
- Démarche visant à singulariser l'identité de la ville de Pessac
- Résultat de 18 mois de concertation (élus, agents municipaux, habitants...) et d'étude éditoriale

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

- Appropriation spontanée de la ligne éditoriale par les agents municipaux
- Participation et proposition de sujets par les agents et les Pessacais (près de 70 depuis la création de la boîte mail dédiée)
- Retours enthousiastes des Pessacais par différents canaux : mail à la rédaction, par l'intermédiaire des élus et du Maire et en direct.
- Article sur Brief Mai 2021
- Prochainement : Réalisation prochaine d'une étude de lectorat

# 11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : Epiceum
- NOM DE LA CAMPAGNE : OP ! Origine Pessac
  
- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE : Donner une nouvelle identité au journal municipal dans l'objectif de le différencier
- STRATEGIE ADOPTÉE : La refonte du journal est passée par un nommage, une identité et des rubriques innovants
- RESULTATS : Retombées positives et au regard du succès un cahier de 4 pages supplémentaires est envisagé