

besançon
boosteur de
bonheur



LA DEMANDE

Vous allez fournir une campagne d'affichage et numérique sur les réseaux sociaux. Selon le concept que vous aurez retenu, proposez également d'autres supports plus étonnants : soyez imaginatifs également sur ce point !

01

NOTRE DÉMARCHE

Pour trouver notre idée, nous avons commencé par lister en trois catégories (voir slide 4) les aprioris que l'on a sur la ville de Besançon.

Nous avons ensuite choisi le préjugé : **les franc comtois sont beaufs**. En effet, à première vue, lorsqu'on n'est pas de la région, on imagine les franc comtois beaufs de par leur accent, le cliché fromage + vin, leur look un peu campagnard, etc.

Pourtant, lorsqu'on arrive dans la ville, on se rend compte que la population est la même que n'importe où en France : on ne peut plus classique avec une variété de styles et d'origines. On s'aperçoit donc qu'ils sont bien loin des préjugés que nous avons d'eux car ceux-ci concernent qu'une infime partie de la population.

C'est pourquoi nous avons voulu représenter le vrai beauf que l'on s'imagine lorsqu'on parle des franc-comtois et le caché parmi les bisontins afin de montrer qu'entre le cliché et la réalité, on est bien loin. On montrera donc sur nos affiches et notre communication, la population bisontine (afin de bien montrer qu'elle ne correspond pas du tout aux préjugés), le beauf (pour avoir un élément de comparaison) et les monuments de la ville (mettant en avant les activités à faire à Besançon).



02

A. Vrai

- Il pleut tout le temps
- Accent très prononcé
- Mort l'été
- Beaucoup de faits divers : sdf, mort, disparition

B. Vrai, mais facilement désamorçable

- C'est une ville où il n'y a pas grand-chose à faire
- Les transports sont peu développés (surtout le soir)
- Les commerces ferment tôt
- Les FC font beaufs : expression, style, accent, goûts

C. Faux, préjugés

- Les Bisontins sont froids
- Il fait toujours froid
- C'est une ville isolée
- Ville de daube par son nom
- Il n'y a aucune histoire / monuments historiques (Frères Lumière, Victor Hugo, classé dans le patrimoine mondial de l'UNESCO)

03

NOTRE IDÉE

Le concept

Nous avons constaté que Besançon traîne parfois une image caricaturale de “ville de beaufs”, mais qu’en est-il vraiment ? Cette campagne joue sur ce cliché pour mieux le déconstruire et mettre en valeur la diversité des habitants et la richesse de la ville.

L’idée créative

Nous détournons l’image du “beauf” en l’intégrant dans une série de visuels et contenus interactifs où l’on invite le public à chercher ces fameux “beaufs” supposés... avant de réaliser qu’ils sont loin d’être omniprésents.

04

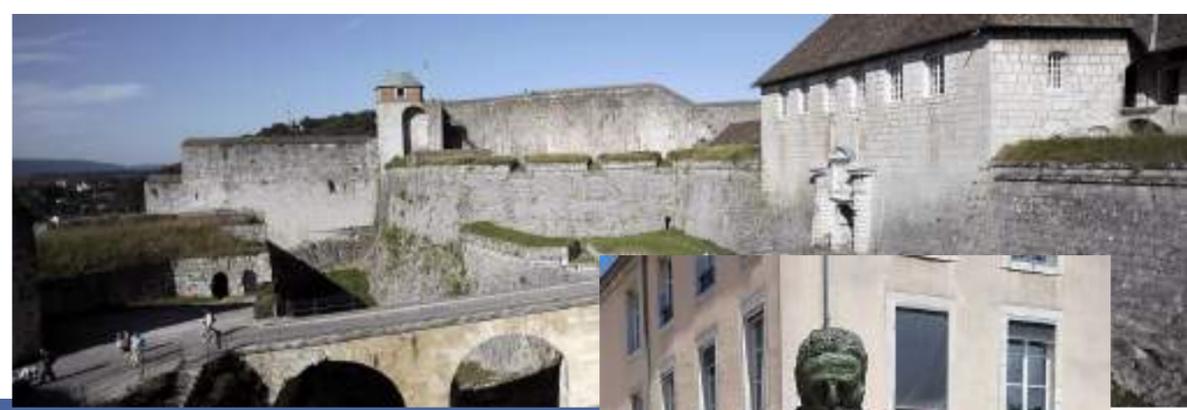
Objectif

Changer la perception de Besançon en cassant les idées reçues, valoriser la ville et ses habitants avec une campagne dynamique et engageante.

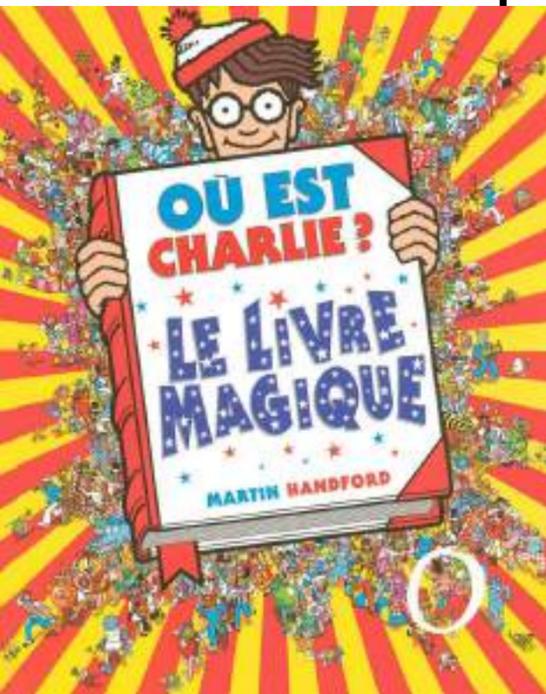




MONUMENTS
BESANÇON



MOODBOARD



OÙ EST
CHARLIE?



BEAUF



POPULATION

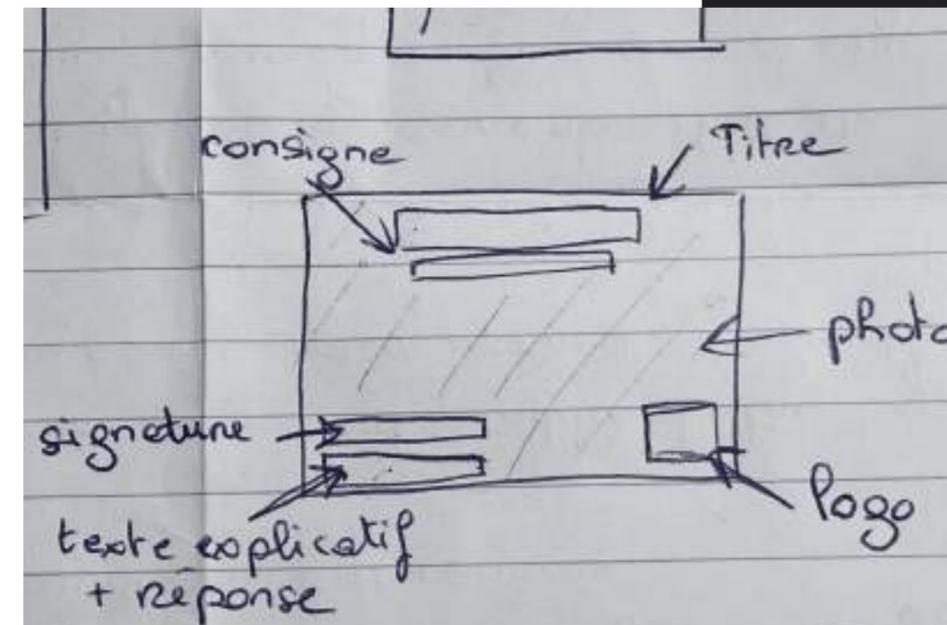


NOTRE DA

AFFICHAGE

Affiches illustrant des scènes de vie à Besançon, façon "Où est Charlie ?" avec la question : "Les Bisontins sont beaux ? Trouvez le !" Le visuel met en scène des habitants et des lieux emblématiques de la ville. Au premier coup d'œil, rien ne semble confirmer le cliché.

On retrouve le titre reprenant le lieu emblématique de Besançon au dessus. La consigne juste en dessous. En bas de l'affiche nous intégrons notre signature : "5% beauf 100% beau" suivi du texte explicatif et de la réponse en dessous. Le logo Grand Besançon est intégré en bas à droite.



06

NOTRE DA

MONUMENTS

Nous souhaitons représenter les lieux emblématiques et touristiques de Besançon.

- La Citadelle
- Le musée des beaux arts
- Le musée du temps
- La gare d'eau
- La maison natale de Victor Hugo
- La cathédrale Saint-Jean
- Le parc Micaud



07

NOTRE DA

NUMÉRIQUE

Sur les réseaux sociaux, nous souhaitons réadapter notre campagne d'affichage en une série de réels vidéo.

Le concept : dans un temps limité, les utilisateurs doivent repérer "le beauf" dans différents lieux emblématiques de Besançon.

Cette vidéo permet, par la même occasion, de montrer "réellement" la population bisontine qui est loin de ressembler au cliché du franc-comtois que l'on imagine.

De plus, les reels donnent l'occasion de visiter la ville à travers les monuments présentés



08