

## Placer la société inclusive au cœur du débat public : Proches conçoit une stratégie de communication 360° pour la Fédération Générale des PEP (Pupilles de l'Enseignement Public)

Paris, le 30 janvier 2018 – « L'inclusion est l'affaire de tous » : c'est le message que la Fédération Générale des PEP (FGPEP) a fait très largement savoir fin 2017 sur les réseaux sociaux. Au total, près de 15 000 internautes ont été sensibilisés à la problématique de l'inclusion grâce à la campagne digitale imaginée par l'agence Proches. Une opération inédite pour la Fédération des 123 associations PEP, qui a choisi les équipes de Proches pour mobiliser les décideurs publics, politiques, les médias et l'ensemble de son écosystème autour de l'inclusion.

A l'heure où la question de l'inclusion se pose de façon croissante dans toutes les sphères de la société, la campagne de communication 360° développée par Proches à la croisée du lobbying, de la communication et du numérique, a pour ambition de faire rayonner le projet et les actions locales des PEP pour une société plus inclusive et solidaire.

La campagne digitale déployée pendant un mois pour toucher tous les publics en amont des Rencontres PEP, qui ont réuni près de 1500 participants, a connu un réel succès grâce à des visuels créatifs sur l'inclusion, à la mise en avant des photographies réalisées par l'agence Magnum et à la valorisation des résultats du Baromètre annuel sur l'inclusion réalisé en partenariat avec l'institut Kantar Public. La campagne Facebook et Twitter a ainsi permis d'attirer un public nouveau aux Rencontres PEP, et surtout, d'installer ce rendez-vous comme le plus grand forum social de l'inclusion en France.

En parallèle, les PEP ont entamé fin 2017 un vaste plan de rencontres auprès des décideurs institutionnels et politiques afin de faire connaître leur nouveau projet fédéral, de partager l'expérience concrète de terrain des 123 associations PEP de proximité et de créer des synergies à travers des actions collaboratives.

Pour valoriser ces actions tout au long de l'année, Proches les accompagne aussi dans l'installation d'une relation de confiance et de dialogue permanent avec les principaux médias généralistes et spécialisés, en vue d'amplifier la reconnaissance et la visibilité de la fédération dans le débat public. Les 4<sup>e</sup> Rencontres PEP les 14 et 15 décembre 2017 ont ainsi été l'occasion d'une dépêche AFP et d'un relai auprès d'une trentaine de médias.

En 2018, l'agence Proches poursuivra son accompagnement en capitalisant sur les grandes échéances politiques pour mobiliser toujours plus largement l'opinion publique autour de la problématique de l'inclusion, tant sur plan national que local.

\*\*\*

### À propos des associations PEP

Les PEP sont un réseau de 123 associations de proximité fédérées au sein d'une Fédération Générale qui agit pour une société inclusive. Véritable mouvement de transformation sociale, les PEP agissent quotidiennement en faveur de l'accès de plus d'1,3 millions d'individus à leurs droits communs : droit à l'éducation, à la culture, aux loisirs, aux soins, à la vie sociale et à l'emploi. Le réseau intervient dans les domaines de la petite enfance, de l'éducation, des loisirs, du social, du médico-social et du sanitaire, sur l'ensemble des départements français en métropole et en outre-mer.

### À propos de l'agence Proches

Proches Influence & Marque est une agence conseil en stratégies d'influence, de réputation et de communication qui revendique une approche fondée sur la bataille culturelle. Créée en septembre 2014 par Pierre-Yves Frelaux, l'agence accompagne de nombreux acteurs privés (Auchan, Veolia, Continental), publics (collectivités, SNCF) et institutionnels (Ordre des avocats de Paris, CFE-CGC, FCD, PEP) et compte une quinzaine de collaborateurs communicants, experts des affaires publiques et du numérique.

